

EQUIPAMIENTO

Decathlon abrirá en septiembre su tercera gran superficie en Mallorca

Guillermo G. Recio
16 jun 2016 - 05:00

Decathlon apuesta por Baleares. La compañía francesa abrirá en septiembre un nuevo establecimiento de gran superficie en Mallorca, donde ya cuentan con otros dos locales de este tipo en la localidad de Marrachí y en los alrededores del estadio del RCD Mallorca, en Son Moix.

Decathlon asegura a *Palco23* que la nueva tienda estará ubicada en el centro comercial Fan Mallorca, que se encuentra en obras y ha confirmado su apertura en septiembre de 2016. Se trata de un recinto comercial construido por Carrefour Property, que está en frente del actual Carrefour de Coll d'en Rabassa, justo al lado del aeropuerto y a cinco minutos de Palma de Mallorca.

En este centro comercial, que tendrá 120 establecimientos y 2.500 plazas de parking, Decathlon tendrá en su misma planta a dos tiendas de deportes más: Décimas y Adidas. Se trata de un recinto con más de 65.000 metros cuadrados con firmas como Media Markt y Samsung, además de cadena de moda como Primark, H&M, C&A y Cortefiel.



Imagen aérea del centro comercial Fan Mallorca./ Carrefour Property

Además, este establecimiento se sumará también al Decathlon City Jaime III, que está ubicado en el centro de Palma, por lo que en un radio de 15 kilómetros la compañía tendrá cuatro puntos de venta. En el conjunto de Baleares también cuentan con una tienda de gran superficie en Ibiza. Esta apertura se conoce tras la apertura de dos tiendas urbanas en Vigo y en Madrid la pasada semana para alcanzar la cifra de 28 puntos de venta en el centro de las ciudades españolas, que en tan sólo un año y medio se han más que duplicado.

La filial española de la cadena de distribución deportiva francesa cerró 2015 con una cifra de negocio de 1.578 millones de euros, un 8,77% más que en 2014. Se trata de una tendencia al alza, ya que el pasado año logró facturar 1.437 millones de euros, un 5,2% más que en 2013. Aun así, su beneficio neto se estancó al crecer sólo un 0,31% hasta los 11,5 millones de euros, según consta en las cuentas depositadas en el Registro Mercantil. El resultado bruto de la compañía acabó 2015 con un ligero retroceso del 0,86%, con 154 millones de euros.

En términos globales, la compañía francesa facturó 9.100 millones de euros, un 12% más respecto a 2014, cuando registró unas ventas de 8.200 millones de euros. Un 35% del total de sus ingresos correspondieron a Francia, su mercado original y en el que cuenta con 300 tiendas que crecieron a un ritmo inferior al del conjunto del grupo. Para acelerar su crecimiento, la compañía ha apostado por mercados emergentes como China, India y Rusia, que han liderado la clasificación de aperturas durante 2015.