Critiques du hidjab de chez Décathlon… pour faire disparaître une des dernières enseignes françaises ?

écrit par Christine Tasin | 26 février 2019

> La course aux prix bas et aux marques propres du leader mondial a fait fondre sa rentabilité de 19%.
>
> «Citius, fortius, altius» (plus vite, plus haut, plus fort), la devise olympique n'a pas réussi à Decathlon. En opérant un virage stratégique trop rapide, le groupe nordiste a perdu l'adhésion d'une partie de ses clients. En 2018, la croissance du numéro un mondial des articles de sport a été divisée par deux. Après des années de progression à deux chiffres, son chiffre d'affaires a crû de seulement 5%, pour atteindre 11,3 milliards d'euros. Le résultat net a fondu de 19%, pour tomber à 497 millions d'euros.
>
> **» LIRE AUSSI – Attaqué sur son hijab de course, Decathlon se défend**
>
> Les quatre premiers marchés de Decathlon United (le nouveau nom du groupe), France, Espagne, Chine et Italie, qui représentent 70% du chiffre d'affaires, sont orientés à la baisse. En France, les ventes ont reculé de 5%, à 3,14 milliards d'euros. «L'année 2018 a été maussade en France, mais parfois brillante à l'international», a souligné Nicolas Belluye, responsable finance de Decathlon United.

Décathlon, devant les critiques, vient d'annoncer que son hidjab de course était destiné à la clientèle marocaine et que la mise en ligne à destination de la France était une erreur.

Et mon cul, c'est du poulet ? diraient certains Sans-dents que je connais, qui n'ont pas la langue dans leur poche et cultivent les images parlantes.

Il n'empêche que, même si nous sommes nous aussi horrifiés de voir nos marques et entreprises bien françaises se mettre elles aussi à traquer la femmes musulmane, en prenant pour acquis que le voile fait partie d'elle, il se passe des choses étranges.

Récapitulatif :

Décathlon commence par annoncer qu'il va « libérer » les musulmanes en leur permettant, à elles aussi, de pratiquer la course en cachant cheveux et nuque. Au Maroc comme en France et dans tous les pays musulmans.

Confrontée à une baisse de son chiffre d'affaires en France, la marque a mis en ligne sur son site français un hijab destiné aux femmes qui souhaitent pratiquer la course à pied tout en gardant leurs cheveux et leur nuque cachés. Ce vêtement en polyester permettra à celles qui décideront de le porter de gagner «en confort lors de [leur] séance», indique le site de Decathlon, qui précise qu'il est disponible en trois tailles et ne bouge pas durant la course. Il a été «testé plusieurs fois par vingt femmes qui portent habituellement le hijab», et ces dernières l'ont «validé pour son confort et sa respirabilité».

Tandis que l'on retrouve déjà le hijab de Kalenji en vente sur le site marocain de Decathlon, le produit n'est pas encore disponible à la vente sur son équivalent français. Contacté ce matin par Le Figaro, le responsable de la communication externe de Decathlon United, Xavier Rivoire, expliquait que le hijab de la marque propre de Decathlon, Kalenji, ne devrait pas être proposé à la vente en France pour le moment. Mais finalement dans l'après-midi, «plusieurs échanges ont eu lieu au sein de décathlon» et l'enseigne a finalement décidé «de mettre à disposition cette accessoire de running dans les magasins qui le demanderont» en France et dans d'autres pays. Le produit devrait ainsi être commercialiser dans l'Hexagone avant la fin du mois de mars.

Décathlon se présente même en bienfaiteur des femmes….

La marque observe les réactions suscitées par son produit avec «calme, recul et sérénité» et le groupe assume sa volonté de rendre «la pratique du sport accessible à toutes les femmes».

Le groupe se place dans une posture de «tolérance absolue et une inclusion totale», et souligne que ce hijab de running n'est pas «un produit lié à n'importe quelle mode, mais un produit dédié à un usage sportif».

http://www.lefigaro.fr/societes/2019/02/25/20005-20190225ARTFIG00131-attaque-sur-son-hijab-de-course-decathlon-se-defend.php

Les réactions sont très vives :

> *Décathlon se soumet également à #islamisme qui ne tolère les femmes que la tête couverte d'un hijab pour affirmer leur appartenance à la oumma et leur soumission aux hommes#Décathlon renie donc les valeurs de notre civilisation sur l'autel du marché et du marketing communautaire pic.twitter.com/3AFRAXmPCt*
>
> *— Lydia Guirous (@LydiaGuirous) 24 février 2019*

> *#Décathlon convertit à la mode islamique?*
> *écœurée*
> *révoltée*
> *de voir que cette entreprise française fait le choix de «Prolonger l'apartheid sexuel imposé aux femmes dans l'espace public»*
> *conformisme*
> *appât du gain*
> *bradent la liberté et la dignité des femmes https://t.co/UwoJCiVXel*
>
> *— Valérie Boyer (@valerieboyer13) 25 février 2019*

> *Communiqué de la Ligue du Droit International des Femmes et*

du Comité Laïcité République concernant la vente par #Décathlon de « hidjab running ». #hijab Des sportives entravées avec la complicité de marques occidentales. @comitelaicite @anniesugier pic.twitter.com/SAMDjpln73

— Les VigilantEs (@Les_VigilantEs) 24 février 2019

Devant la levée de boucliers, Décathlon fait marche arrière et parle d'une erreur (tu parles, Charles, les déclarations relayées ci-dessus montraient qu'il s'agissait clairement d'une politique voulue et assumée) :

Interrogé par Le Figaro, le directeur de la communication externe explique que le hijab en question ne devrait pas être proposé pour le marché français. Il assure que le produit a été créé pour le marché marocain. L'annonce sur le site français serait, en réalité, une erreur.

Les anti-hidjab ont symboliquement gagné, mais ne nous faisons pas d'illusions, le hidjab de Décathlon sera sur leur site Internet et chacun pourra le commander, depuis le Maroc ou depuis la France.

Pourquoi cette attaque de Décathlon ?

J'aimerais comprendre pourquoi les auteurs des tweets ci-dessous n'attaquent pas Nike et H&M qui proposent la même chose, se taisent devant les vendeuses voilées de H&M et les hidjab proposés par les grands noms de la mode..

Pourquoi cette violence d'un côté et ce silence de l'autre ?

Pourquoi cette violence contre Décathlon et ce silence quand Macron et l'Assemblée nationale décident d'ouvrir les entreprises aux voilées ?

Pourquoi cette violence contre Décathlon et ce silence devant l'affaire du Cénacle ?

Pourquoi cette violence contre Décathlon et ce silence complice devant les dénonciations du CCIF, son activisme pour les voilées ?

Pourquoi cette violence contre Décathlon et ce silence devant les maires traînés au tribunal pour avoir refusé de proposer des repas de substitution dans les cantines ?

Pourquoi cette violence contre Décathlon et ce silence complice devant la célébration du ramadan à la Mairie de Paris ?

Opportunisme politique ou bien complicité avec Nike, H&M et autres rivaux de Décathlon pour faire disparaître l'enseigne française ?

Certes, on peut penser que, devant la situation en France, l'exaspération et le rejet latent et (trop) silencieux pour le moment de l'islam, des politiques essaient de se positionner en dénonçant le fameux hidjab. Et attaquer Décathlon, ça ne mange pas de pain…

Des résistants de la 25ème heure à l'islamisation ? Je n'y crois pas.

Valérie Boyer s'est fait connaître pour son combat pour les croix grecques qui avaient disparu des yaourts. Elle se bat pour le christianisme et nos traditions chrétiennes. Mais semble bien peu concernée par le bien-être des petites gens…

https://www.ouest-france.fr/politique/les-republicains/harcelement-moral-peine-confirmee-pour-la-deputee-lr-valerie-boyer-5488900

Et elle est député LR… européiste et donc immigrationniste et

donc islamofellatrice. Son compte twitter s'intéresse certes aux djihadistes rapatriés, à Daoud… mais est voué à la lutte contre Macron avant tout. A la lutte politique, et l'islam ne semble pas être un problème pour elle…

Quant à la Ligue du Droit International des Femmes et au Comité Laïcité République, tellement apeurés à l'idée d'apparaître comme racistes, ils se taisent devant toutes les horreurs musulmanes, habituellement. Mieux encore, le Comité Laïcité République récompense Clavreul, celui qui poursuit les islamophobes de son ire et la Femen Shevchenko, islamophile christianophobe.

http://resistancerepublicaine.com/2017/11/18/prix-laicite-kessel-recompense-opposants-aux-patriotes-clavreul-et-femen-shevchenko/

Alors quoi ?

Et s'il s'agissait d'une haine d'européiste et mondialiste pour l'entreprise française qui résiste encore ?

On apprend que Décathlon est en difficulté. C'est d'ailleurs pour cela qu'ils ont lancé le hidjab de course, espérant se rattraper aux branches.

La course aux prix bas et aux marques propres du leader mondial a fait fondre sa rentabilité de 19%.

«Citius, fortius, altius» (plus vite, plus haut, plus fort), la devise olympique n'a pas réussi à Decathlon. En opérant un virage stratégique trop rapide, le groupe nordiste a perdu l'adhésion d'une partie de ses clients. En 2018, la croissance du numéro un mondial des articles de sport a été divisée par deux. Après des années de progression à deux chiffres, son chiffre d'affaires a crû de seulement 5%, pour atteindre 11,3 milliards d'euros. Le résultat net a fondu de 19%, pour tomber à 497 millions d'euros.

» LIRE AUSSI – Attaqué sur son hijab de course, Decathlon se défend

Les quatre premiers marchés de Decathlon United (le nouveau nom du groupe), France, Espagne, Chine et Italie, qui représentent 70% du chiffre d'affaires, sont orientés à la baisse. En France, les ventes ont reculé de 5%, à 3,14 milliards d'euros. «L'année 2018 a été maussade en France, mais parfois brillante à l'international», a souligné Nicolas Belluye, responsable finance de Decathlon United.

Il est terrible de voir que l’islam progresse tellement que les entreprises, les unes après les autres, comme les politiques, sont prêts à nous islamiser, de gré ou de force, pour gagner de l’argent ou pour être élus. Mais quand tout le monde tire à boulets rouges uniquement sur les entreprises françaises islamophiles et se taisent sur les multinationales, je me dis que quelque chose ne tourne pas rond.