

Deporvillage chiude il 2017 con un fatturato di 35 M

Punta ad una crescita del 60% del e-commerce, fino a raggiungere un milione di richieste

Il negozio online spagnolo di abbigliamento e materiale sportivo Deporvillage chiude il 2017 con 35 milioni di euro di vendita, raggiungendo una crescita al 60 % nello stesso anno nel quale ha affrontato tappe fondamentali come il lancio della sua App, l'ampliamento del suo centro logistico e l'attivazione del suo nuovo ERP. Con una maggiore domanda di articoli per ciclismo, running e outdoor, la piattaforma raggiungerà un milione di ordini in modo imminente.

Deporvillage mantiene la sua tendenza al progresso, rispettando il progetto dell'attività creato nel 2010, anno della sua nascita. Dopo aver raddoppiato le vendite nel 2016, lo scorso anno ha fatturato 35 milioni, per una crescita del 60%, che per il suo Direttore Generale Xavier Pladelllorens significa "la consolidazione della nostra leadership in Spagna ed uno sviluppo fondamentale a livello internazionale, dove continuiamo ad aumentare le vendite". Con sede a Barcellona ed un investimento accumulato di 7M€, l'azienda conta su più di 500.000 clienti tra Spagna, Francia, Italia e Portogallo, registrando cifre come 1500 ordini al giorno o circa 4 milioni di visite al mese.

Lo scorso anno per Deporvillage è stato un periodo determinante. Iniziava l'anno del lancio della sua App, ed un nuovo design per la web, per migliorare il suo utilizzo. Inoltre, il significativo aumento delle sue operazioni ha motivato altri importanti sviluppi, come l'attivazione della rateizzazione, l'avvio del nuovo ERP per ottimizzare la fornitura, così come l'ampliamento delle sue strutture, duplicando lo spazio dei suoi uffici e del suo centro logistico a Sallent (Barcellona). Il colossale magazzino, ora dispone di 6000m², a partire da quest'anno dispone di un nuovo soppalco di 3000m². In termini di comunicazione l'azienda ha realizzato anche un investimento rilevante, con target come la creazione di vari spot televisivi, che sono stati anche trasmessi in Francia durante il Tour de France, e lo sponsor di La Vuelta, per questo sarà il negozio ufficiale per le due prossime edizioni.

Le previsioni di Deporvillage per questo anno sono, di conseguenza, chiaramente positive, con l'aspettativa di mantenere la crescita a doppie cifre. Al punto di raggiungere un milione di richieste, l'azienda cercherà di consolidare la sua attività nei paesi europei di cui si occupa, così come definire lo sviluppo finale della sua propria marca.

Riguardo Deporvillage

Fondato nel 2010 da Xavier Pladelllorens e Ángel Corcuera, Deporvillage è il negozio online spagnolo di materiale sportivo leader in Spagna, ed uno dei punti di riferimento in Europa. È specializzato in ciclismo, running, triathlon, nuoto, fitness e sport outdoor, vende in Spagna, Francia, Italia e Portogallo più di 40.000 articoli di circa 500 marche di primo livello. Conta su circa 500.000 clienti, e quattro milioni di visite al mese. Nel suo percorso ha avuto l'appoggio della società SeedRocket, rappresentati da David Tomás della CyberClick e il finanziatore Cabiedes & Partners; formano parte del suo azionario anche importanti compagnie di Venture Capital come la spagnola Samaipata e l'italiana P101, così come il gruppo Mediaset.

Maggiori informazioni: www.deporvillage.it