



Deporvillage connaît une croissance de plus de 100 % et atteint un chiffre d'affaires de 22 millions d'euros

La boutique en ligne d'équipement sportif Deporvillage a bien suivi son business plan et clôture 2016 avec un chiffre d'affaires qui s'élève à 22 millions d'euros soit plus du double par rapport à l'exercice précédent. Une croissance de plus de 100% générée en partie grâce au poids des marchés internationaux.

" Cela a été une année très importante pour nous, on est rentré dans la « ligue des champions des e-commerce de sports européens" nous expliquent les fondateurs Xavier Pladellourens et Ángel Corcuera, à la tête d'une équipe de 100 professionnels qui gèrent la distribution online d'un catalogue de plus de 40.000 produits de 500 marques premium.

Ayant le siège de l'entreprise à Barcelone et un investissement de 7 millions d'euros, ils comptent un portefeuille d'environ 300.000 clients, répartis en 4 pays où ils sont présents -Espagne, France, Italie et Portugal-, avec environ 1000 clients par jour et plus d'un million de visites mensuelles.

Deporvillage est le résultat d'une initiative qui est née à partir d'une simple conversation entre amis passionnés de sport. Elle est aujourd'hui une des start-ups espagnoles en vogue avec un grand potentiel à l'étranger. En effet, ses ventes internationales représentent environ 50 % de leur chiffre d'affaires et son objectif est de devenir la plateforme leader dans le Sud Est de l'Europe.

"Nous sommes très fiers d'avoir atteint les objectifs fixés par notre Business plan».

Fondée en 2010 par Xavier Pladellourens (CEO) et Ángel Corcuera (COO), Deporvillage est la boutique en ligne espagnole spécialisée dans la vente d'articles de sport, leader en Espagne et une des références en Europe. En 2011, l'entreprise a reçu un coup de pouce définitif pour continuer à grandir en gagnant le concours de SeedRocket en 2011 représentés par les investisseurs providentiels les plus importants d'Espagne tels que David Tomás de Cyberclick et l'investisseur Cabiedes & Partner.

En 2015, grâce au futur prometteur de l'entreprise, d'importantes sociétés de capital-risque s'incorporent à son actionnariat comme l'espagnole Samaipata et l'italienne P101, ou encore le groupe Mediaset à travers de sa filiale Ad4Ventures avec lequel elle établit un accord visant à assurer la présence télévisée de l'entreprise avec une campagne publicitaire diffusée en Italie et en Espagne. Le montant total investi dans l'entreprise est de 7 millions d'euros.

Plus d'informations www.deporvillage.com

contact presse : sandra.kassubeck@deporvillage.com