

Deporvillage raggiunge i 45 milioni di fatturato e supera il break-even.

Una crescita vicino al 30 %, superando i 550 mila ordini all'anno ed espandendosi in tutto il mondo.

L'e-commerce di articoli sportivi [Deporvillage.it](https://deporvillage.it), tra i principali portali nel settore in Europa, ha raggiunto i 45 milioni di fatturato nel 2018, con un incremento del 28,57% rispetto al 35% registrato nel 2017. Il 2018 è stato l'anno in cui Deporvillage ha cominciato a registrare gli utili, dopo diversi anni di espansione seguendo l'ambizioso piano aziendale. La società, che ha lanciato il proprio brand ed è nel pieno del piano di espansione per soddisfare la domanda in qualsiasi paese del mondo, ha raggiunto oltre il mezzo milione di ordini sul catalogo che vanta una scelta di 60 mila articoli. Nel 2019 l'obiettivo è di continuare a crescere e lanciare nuove private label.

Con circa 400 mila clienti che hanno effettuato almeno un acquisto nel 2018, Deporvillage ha aperto alla commercializzazione a livello mondiale a metà anno, dando un importante impulso all'azienda. Questo il commento del CEO, Xavier Pladellorens: "Con l'ingresso dei nostri investitori, abbiamo elaborato un piano industriale ambizioso che abbiamo raggiunto e che è culminato in una posizione di leadership e di utili per l'azienda, dopo una serie di importanti investimenti in marketing, attrezzature e infrastrutture. Possiamo dire che è una storia di successo ancora in corso, con l'intenzione di continuare a crescere anche nel prossimo futuro", assicura.

Così, Deporvillage chiude il 2018 battendo ancora una volta tutti i suoi record, raggiungendo cifre come 550 mila ordini all'anno o 4 milioni di visite al mese. I passaggi più importanti di quest'annata includono: il raggiungimento dell'ordine del milione in febbraio; il lancio della propria private label in primavera; la sponsorizzazione de La Vuelta di cui è stata, per il secondo anno consecutivo, il negozio ufficiale online; l'apertura della versione inglese del sito (deporvillage.net) e di quella tedesca (deporvillage.de), con l'introduzione del pagamento multi-valuta.

Posizionata nella classifica FT1000 del Financial Times come il negozio online di sport che è cresciuto maggiormente in Europa, Deporvillage affronta il 2019 con l'obiettivo di mantenere il tasso di crescita prefissato alla sua nascita, 8 anni fa. Questo è ciò che il co-fondatore, Angel Corcuera, confida, per il quale "è soddisfacente guardare indietro e vedere fin dove siamo arrivati. Ma è anche importante sapere come guardare avanti e non smettere di evolversi. Quest'anno abbiamo fatto diversi cambiamenti che stanno già iniziando a portare i loro frutti, e questo ci aiuterà a continuare a crescere".

Su Deporvillage.it

Fondata nel 2010 da Xavier Pladellorens e Angel Corcuera, Deporvillage è il negozio di abbigliamento e materiale sportivo tra i più quotati in Europa. Specializzato in ciclismo, running, triathlon, nuoto, fitness e abbigliamento outdoor, vende in tutto il mondo con più di 60 mila articoli di 560 brand di primo livello. Conta su una base di circa 800 mila clienti e oltre 4 milioni di visite mensili. Nella sua storia ha avuto il supporto dell'ambiente SeedRocket, rappresentato da David Tomàs di Cyberlink, Cabiedas&Partners, e importanti società di Venture Capital come la spagnola Samaipata e l'italiana P101, nonché il gruppo Mediaset.

Per maggiori informazioni: www.deporvillage.it