

P101: nuovo investimento in Deporvillage, il leader in Italia e Spagna nella vendita online di articoli sportivi

da admin | Lug 27, 2016 | Startup | 0 commenti

The screenshot shows the Deporvillage website interface. At the top left is the Deporvillage logo. To its right is a search bar with the text "Buscar en toda la tienda...". Further right are icons for "Devolución de 365 días" and "Envío gratis a partir de 49 €". A shopping cart icon with a "0" is also visible. Below the search bar is a red navigation bar with categories: CICLISMO, RUNNING, TRIATLÓN, FITNESS, OUTDOOR, MÁS DEPORTES, MARCAS, and OUTLET. A "Tienda de Navidad" icon is on the far right. The main banner features a pair of Asics Gel-Nimbus 17 running shoes in red and purple. A red banner across the shoes says "30% DE DESCUENTO". Below the shoes, the text reads "NUEVAS ASICS GEL-NIMBUS 17" and a "COMPRAR AHORA" button. Below the banner is a row of brand logos including SDI, Shimano, Spink, Sportful, Thule, Camelbak, Asics, Gore Bike Wear, Brooks, Nike, Adidas, Falu, Endura, Polar, Garmin, Buff, La Sportiva, New Balance, Komplex, Turbo, and Castelli. At the bottom, there are four category-specific banners: "CICLISMO Hasta 40% dto.", "RUNNING Hasta 40% dto.", "OUTDOOR Hasta 40% dto.", and "ELECTRÓNICA Hasta 40% dto."

L'investimento di P101 pari a 800 mila euro, segue quello di 500 mila euro effettuato nel novembre 2015 ed è parte di un nuovo round complessivo di 3.5 milioni di euro sottoscritto anche da Mediaset, Samaipata Ventures, Cabiedes&Partners e altri.

I fondi contribuiranno a supportare ulteriormente la crescita sul mercato italiano e consolidare l'espansione nel Sud Europa, cavalcando il positivo trend del settore di articoli sportivi retail

P101, società di venture capital specializzata in investimenti in società digital e technology driven, ha sottoscritto un nuovo investimento di 800 mila euro in Deporvillage, leader in Italia e Spagna nella vendita online di articoli sportivi. L'investimento di P101 segue quello da 500 mila euro, già effettuato nel novembre 2015 e si inserisce in un nuovo round complessivo di 3,5 milioni di euro, sottoscritto insieme ad un pool di investitori, formato, tra gli altri, da Mediaset (Ad4Ventures) e da alcuni tra i primari imprenditori dell'ecosistema del capitale di rischio iberico. Deporvillage, nata nel 2010 dall'iniziativa di Xavier Pladellorens (CEO) e Angel Corcuera (COO), ha vissuto, negli ultimi cinque anni, una forte crescita, raggiungendo la leadership nella vendita online di articoli sportivi nel mercato spagnolo. Con ricavi previsti di circa 25 milioni di euro nel 2016 e più di 2,5 milioni di visite al mese,

Deporvillage conta oggi su un team di 50 persone ed ha un'offerta di oltre 100.000 articoli disponibili a catalogo, gestiti da una piattaforma logistica che permette di

consegnare oltre il 50% degli ordini entro le 48 ore. Deporvillage, con questo nuovo finanziamento, si focalizzerà sul sostenimento della crescita sia a livello nazionale che nel Sud Europa, con particolare attenzione all'Italia, sull'onda dell'inarrestabile crescita del settore degli articoli sportivi retail in tutta Europa. Secondo Sports Panel, nel 2015 il valore del settore è arrivato a circa 8 miliardi di euro nel solo Sud Europa, di cui più di 2 miliardi di euro in Italia, quasi 2 miliardi di euro in Spagna e più di 3 miliardi di euro in Francia. Se si considera inoltre che in Italia, Spagna e Francia solo il 5% delle vendite avviene oggi online ed il retail online cresce a ritmi di oltre il 20% annui, si può prevedere l'enorme opportunità da cogliere nel prossimo futuro in questo mercato. "L'e-commerce in Sud Europa è tutt'ora un'opportunità di investimento unica a cavallo tra la tecnologia ed il tradizionale business retail in cui, come P101, crediamo molto e dove, con Deporvillage ed i suoi volumi e tassi di crescita, riteniamo ci sia uno spazio molto interessante.

Anche per questo; con il nuovo round continueremo a supportare la società nell'ulteriore consolidamento della leadership sud-europea." - afferma Andrea Di Camillo, Managing Partner di P101 - "Il nostro ulteriore investimento in Deporvillage è la conferma dell'ottimo lavoro svolto sino ad ora dal management e della incredibile storia di crescita della società." completa Giuseppe Donvito, Partner di P101 che ha seguito l'operazione di investimento. Xavier Pladellorens, CEO della compagnia ha dichiarato "Questo nuovo investimento è un ulteriore passo avanti per la nostra società, che punta a diventare l'online store di articoli sportivi più grande del sud Europa. Dall'entrata di P101 come nuovo investitore, la nostra azienda si è reinventata.

L'Italia è un ottimo mercato per gli articoli sportivi e siamo molto entusiasti di come stia andando il nostro business in questo paese". Il capitale di Deporvillage è formato, oltre che dal team dei fondatori, da Samaipata Ventures e da altri soci tra cui, oltre P101, Cabiedes&Partners e Gruppo Mediaset, attraverso Ad4Ventures.

P101 - Insightful Venture Capital P101 è un fondo di venture capital specializzato in investimenti in società digital e technology driven. Nato nel 2013, con una dotazione corrente di 70 milioni di euro e 21 società in portafoglio, P101 si distingue per la capacità di mettere a disposizione degli imprenditori di nuova generazione, oltre a risorse economiche, anche competenze e servizi necessari a dare impulso alla crescita delle aziende. Il fondo, promosso da Andrea Di Camillo - 15 anni di esperienza nel venture capital e tra i fondatori di Banzai e Vitaminic - e partecipato da Azimut, Fondo Italiano di Investimento e numerosi investitori privati, collabora con i maggiori acceleratori privati, tra cui HFarm, Nana Bianca, Boox e Club Italia Investimenti. Tra le partecipate: ContactLab, Cortilia, Tannico, Musement e MusixMatch. Le società partecipate da P101 occupano oggi complessivamente oltre 400 risorse e generano un fatturato in costante crescita e già oggi superiore ai 40M annui. P101 prende il nome dal primo personal computer prodotto da Olivetti, negli anni '60, esempio di innovazione italiana che ha lasciato il segno nella storia della tecnologia digitale.

Deporvillage Info sul fenomeno Deporvillage. Deporvillage.it ha un catalogo composto da oltre 500 marche e 100.000 prodotti diversi e conta su più di 200.000 clienti serviti tra Spagna, Francia e Italia. Il suo target sono gli appassionati di sport che cercano marche

di qualità a prezzi competitivi e con un'esperienza d'acquisto impeccabile. Nel 2015 ha fatturato 10 milioni di euro. Deporvillage è attualmente presente in Spagna, Francia, Italia e Portogallo. Fondata nel 2010 da Xavier Pladellorens (CEO) e Angel Corcuera (COO), Deporvillage ha ricevuto nel 2011 la spinta principale dall'affermazione nel concorso SeedRocket, un'iniziativa privata condotta dai Business Angels più importanti del paese. Da allora, conta sul sostegno di alcuni dei nomi più conosciuti del mondo dell'ecommerce con un consiglio d'amministrazione formato da François Derbaix (Toprural), Luis Martin Cabiedes (Cabiedes & Partners), David Tomás (Cyberclik) e altri imprenditori vicini all'ambiente di SeedRocket (J. Monleón, I. Arrola, J. Margenat, M.Fodor, C.Blanco, A. Ribera e A. Knapp).

Condividi:

