

Deporvillage.it sostiene la donna sportiva

L'e-commerce spagnolo ha notevolmente aumentato l'offerta di articoli femminili negli ultimi 5 anni

Secondo i dati dell'e-commerce spagnolo Deporvillage, la donna è protagonista di un significativo aumento degli acquisti di materiale sportivo in internet. La preferenza va per calzature e abiti per la pratica del running. Per la piattaforma, ormai prossima a raggiungere il milionesimo ordine, il mercato femminile rappresenta il 25 % dei suoi clienti totali.

Comparando i dati del 2013, l'evoluzione delle vendite dei prodotti specifici per le donne ha registrato una crescita costante nel corso degli anni. Se nel 2013 il mercato femminile rappresentava il 2 % delle vendite totali, attualmente rappresenta il 9 % che in termini di fatturato significa passare dagli 85 mila euro di cinque anni fa ai 4 milioni di oggi.

Per quanto riguarda il profilo della clientela femminile di Deporvillage.it, che già riunisce il 25% degli oltre 500 mila clienti, le loro abitudini d'acquisto mostrano una chiara predilezione per le scarpe di uso quotidiano o per capi lifestyle, così come per gli indumenti da running. Ciò si riflette nella percentuale di vendite di prodotti femminili in base agli sport in cui la piattaforma è specializzata: il 51 % di prodotti lifestyle, il 30 % di running, il 27% in sport all'aria aperta e il 17% in ciclismo.

Per maggiori informazioni: www.deporvillage.it