

## EQUIPAMIENTO

# Deporvillage relanza su línea ciclista con una nueva marca propia

El ecommerce deportivo ha lanzado Finisseur, que en el medio plazo acabará sustituyendo a Imperfect, su proyecto propio inicial. El grupo espera facturar 60 millones en 2019.

Palco23  
6 may 2019 - 16:18

Deporvillage da un nuevo paso en ciclismo con su segunda marca propia

Deporvillage refuerza su apuesta por las marcas propias con un foco claro en el ciclismo. El ecommerce deportivo ha anunciado el lanzamiento de Finisseur, su segunda marca propia para los aficionados a este deporte. Hace un año, la compañía liderada por Xavier Pladellorens ya puso en el mercado Imperfect, con la que ahora convivirá, aunque en el medio plazo se ha decidido que la sustituya.

Xavier Pladellorens, cofundador y consejero delegado de la empresa, confía en que esta nueva línea “refleje nuestros principales valores; constancia, competencia, fuerza y valentía, que son los que nos han hecho llegar hasta aquí, y ofrecerlo en un producto de calidad a un precio competitivo”.

El catálogo se compone mayoritariamente de las prendas esenciales de la equipación ciclista, como culotes, maillots, guantes y calcetines, pero también cuenta con una pequeña línea de bidones. Eso sí, se posicionará como una marca de mayor calidad a la anterior con una gama profesional.

## Deporvillage se ha marcado el objetivo de crecer un 25% en 2019 y facturar 60 millones de euros

Al igual que Imperfect, todos los productos se están diseñando en Italia y se producen en Europa. “Con un rango de precios medio, sus características técnicas superan incluso las de las marcas más reconocidas”, aseguran.

---

# PALCO23

---

Este proyecto discurre en paralelo a la internacionalización de Deporvillage, que prevé crecer un 25% en 2019 tras lanzar portales específicos para el mercado británico y el alemán. De cumplir con su previsión, la compañía alcanzará una facturación de 60 millones de euros y habrá duplicado su cifra de negocio en tan solo tres años.

Fundada en 2010 por Xavier Pladellorens y Ángel Corcuera, la compañía comercializa en España, Francia, Italia y Portugal más de 50.000 artículos procedentes de alrededor de 500 marcas de artículos deportivos, entre las que constan gigantes como Nike, Adidas, New Balance, Garmin, The North Face, Reebok o Asics. Cuenta con alrededor de 600.000 clientes, y cerca de cuatro millones de visitas mensuales.

En su trayectoria ha contado con el apoyo del entorno de SeedRocket, representados por David Tomás de CyberClick y el inversor Cabiedes & Partners, y forman parte de su accionariado también importantes compañías de Venture Capital como la española Samaipata y la italiana P101, así como el Grupo Mediaset.