

Türkiye'de spora 360 derece dokunan Sportive, 157.3 milyon TL ciroya ulaştı



Spor perakende markası Sportive her yıl büyümeye devam ediyor. Türkiye'de 21 ilde 38 mağazada ve 29 bin 715 metrekare satış alanına sahip Sportive'ı yılda 11,6 milyon müşteri ziyaret ediyor. Son 2 yılda yüzde 45'lik büyüme gerçekleştiren Sportive, 2015'i 157,3 milyon TL ciro ile kapattı.

Hedef, 2016'da 175.2 milyon TL ciroyu yakalamak. Sportive, 2015 yılında hizmete giren 14 yeni mağazasıyla son 2 yılda metrekare bazında yüzde 54'lük büyüme gerçekleştirdi. 2016 yılı sonunda ise 42 mağaza ve 32 bin 828 metrekarelik satış alanına ulaşmayı planlıyor. Mağazacılık ve e-ticaretin yanı sıra birçok farklı kurum ve şirketle çalışan Sportive, Türkiye'de belediyeler ve spor federasyonlarının yanı sıra 220 adet kurumsal şirket, 315 adet spor kulübü, 210 adet okul ve 270 adet mağazaya toptan satış ve ürün tedarikinde bulunuyor. Dünyaca ünlü markaların distribütörlüğünü de üstlenen Sportive, 105 ayrı spor markasının ürünlerini tüketiciyle buluşturuyor. Sportive.com.tr ise, yıllık 4,5 milyon ziyaretçi sahip ve sitenin 2016 ciro hedefi 7 milyon TL.

Türk tüketici daha çok lifestyle ürünler alıyor

Sportive'ın aktif spor konseptiyle müşterilerine farklı bir deneyim yaşattığını vurgulayan Sportive Genel Müdürü Zeynep Selgur,

mağazalarında bulunan tırmanma duvarı, mini masa tenisi, basketbol potaları ve futbol kaleleri ile müşterilere alışveriş yaparken ürünleri deneyimleme imkanı verdiklerini söyledi. Selgur, "Birçok sponsorluk ve proje yürüterek, sporcuları desteklemeyi de kendimize görev ediniyoruz. Sportive, Türkiye distribütörlüğünü üstlendiği Arena markasıyla Yüzme Milli Takımı ana sponsorluğunun yanı sıra 'Arena Aquamasters' yüzme yarışımın da sponsorları arasında yer alıyoruz. Ayrıca Türkiye Kayak Federasyonu'nu ve TEB BNP Paribas İstanbul Cup'ı da desteklerimiz var" diye konuştu. Yurtdışı planları olduğunu söyleyen Selgur, İran'dan başlayabileceklerini, bu konuda çalıştıklarını söyledi. Sporun tüm dünyada her geçen gün yükselen bir trend olduğunu vurgulayan Selgur, perakende de spor alanın giderek büyüdüğünü ve potansiyelinin olduğunu ve aktif sporun çift haneli olarak büyüdüğü belirtti. Spor perakende müşterilerinin yüzde 65'ini her yaş grubundan erkeklerin, yüzde 35'ini ise kadınların oluşturduğunu kaydeden Selgur, bu sonucun globalde ve Türkiye'de aynı oranda seyrettiğini ifade etti. Batılı ülkelerde yüzde 75 aktif spor, yüzde 25 lifestyle ürünler satılırken, Türkiye'de yüzde 65 lifestyle, yüzde 35 aktif spor ürünleri satıldığını dile getirdi.

