

Zalando apre il 2019 con una crescita forte e profittevole

- **Crescita dei clienti attivi a 27,2 milioni (+14,1%) e del traffico al sito a 924 milioni di visite (+29,5%)**
 - **La più alta customer satisfaction di sempre si è tradotta in un significativo incremento del Gross Merchandise Volume (GMV) e in un EBIT rettificato positivo**
 - **La strategia di piattaforma continua a ottenere successo**
 - **Zalando conferma le stime per l'intero anno**
-

BERLINO, 2 MAGGIO 2019 // Nel primo trimestre del 2019, Zalando ha ampliato la sua base clienti con una crescita del 14,1% a 27,2 milioni, mentre le visite al sito sono aumentate del 29,5% a 924 milioni. I clienti hanno effettuato ordini con una frequenza maggiore rispetto al passato e la customer satisfaction ha raggiunto il picco più alto di sempre. Zalando intende puntare su questo positivo risultato rafforzando la relazione con i suoi clienti grazie a Zalando Plus, disponibile al momento per i clienti in Germania. Un progetto pilota è stato implementato attualmente in Svizzera, al quale seguiranno Francia e Italia nei prossimi dodici mesi.

Il Co-CEO Rubin Ritter afferma “Abbiamo fatto ulteriori progressi nell’affermarci come punto di partenza per la moda in Europa e l’attenzione nei confronti dei nostri clienti ci ha premiati in questo primo trimestre”.

Nel primo trimestre 2019 Zalando continua ad aggiudicarsi quote di mercato con una crescita del Gross Merchandise Volume (GMV) del 23,1% a 1,8 miliardi di Euro e un incremento dei ricavi del 15,2% a 1,4 miliardi di Euro. La crescita del GMV ha superato la crescita dei ricavi grazie al forte sviluppo del Partner Program e agli effetti della revenue recognition. La piattaforma europea online leader per il fashion e il lifestyle ha registrato un EBIT rettificato di 6,4 milioni di Euro o un margine del 0,5%, supportato da un margine lordo in crescita.

Zalando sta incrementando i servizi per i partner in quanto il business di piattaforma continua a ottenere consensi: la forte crescita del Partner Program è stata guidata sia dall’intensificarsi dell’utilizzo da parte dei brand sia da nuovi partner che hanno aderito al programma come Calzedonia, Intimissimi e Margarete Steiff. Nel primo trimestre circa il 30% di tutti gli ordini del Partner Program sono stati gestiti attraverso Zalando Fulfillment Solutions (ZFS). Grazie alla licenza per i pagamenti elettronici recentemente ottenuta, Zalando rafforzerà ulteriormente Zalando Payments Solutions (ZPS) migliorando le transazioni sulla piattaforma.

David Schröder, Chief Financial Officer di Zalando, afferma “Siamo molto soddisfatti dei nostri risultati finanziari del primo trimestre che dimostrano un forte focus sulla crescita e sono in linea con le stime per l’anno. Continueremo a investire nelle aree del business che hanno un alto valore aggiunto per i nostri clienti”.

Zalando conferma le stime di crescita per il GMV del 20-25%, per i ricavi nella parte bassa dello stesso range, per l’EBIT rettificato tra 175 e 225 milioni di Euro e un capex di circa 300 milioni di Euro.

La presentazione per gli analisti e gli investitori è disponibile sulla sezione Investor Relations del sito Zalando. L'azienda presenterà i risultati per il secondo trimestre del 2019 il prossimo 1 agosto.

Gruppo Zalando – numeri chiave (in milioni di Euro)

	Q1 2019	Q1 2018
Fatturato del Gruppo	1,378.2	1,196.0
% crescita	15.2%	22.0%
Fashion Store	1,268.5	1,093.9
Di cui DACH	621.7	552.0
Di cui Resto d'Europa	646.8	541.9
Offprice	136.8	120.4
Altro	102.6	99.8
Riconciliazione	-129.7	-118.1
EBIT rettificato di Gruppo	6.4	0.4
Margine EBIT rettificato di Gruppo	0.5%	0.0%
Fashion Store	8.4	-0.2
Di cui DACH	26.3	16.6
Di cui Resto d'Europa	-18.0	-16.8
Offprice	3.8	8.5
Altro	-6.2	-8.3
Riconciliazione	0.4	0.4
Capital circolante netto	-12.4	-34.8
Capitale operativo	-42.3	-41.8
Utile netto	-17.6	-15.1

Gruppo Zalando – key performance indicators

	Q1 2019	Q1 2018	Change
Visite al sito (milioni)	923.9	713.5	29.5%
Quota mobile (% sul totale visite)	82.4	76.6	5.7pp
Clienti attivi (milioni)	27.2	23.9	14.1%
Numero di ordini (milioni)	31.4	25.4	23.6%
Ordini medi per cliente attivo	4.5	4.0	11.5%

Carrello medio (ultimi 12 mesi, EUR)	57.1	59.4	-3.9%
Carrello medio (trimestre, EUR)	55.9	56.1	-0.4%
GMV di Gruppo (trimestre EUR)	1.76	1.43	23.1%

Le definizioni sono disponibili nel report trimestrale e annuale

ABOUT ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) è la piattaforma europea online leader per il fashion e il lifestyle. Fondata a Berlino nel 2008, propone un'offerta completa a oltre 27 milioni di clienti attivi in 17 mercati, che include abbigliamento, calzature, accessori e beauty. L'assortimento di brand internazionali spazia da nomi più riconosciuti a livello globale a brand locali. La nostra piattaforma è la destinazione fashion per ispirazione, innovazione e interazione. In qualità di azienda tech più fashion in Europa si impegna a trovare soluzioni digitali per ogni aspetto del fashion journey: per i clienti, partner e ogni prezioso player nella storia di Zalando. L'obiettivo di Zalando è quello di diventare il punto di partenza del settore moda.

CONTATTI ZALANDO

Benedetta Maria Bellini
Corporate Communications
Benedetta.maria.bellini@zalando.de

CONTATTI BPRESS

Valeria Alunni / Eleonora Bresesti
zalando@bpress.it