

Zalando registra una crescita straordinaria dei clienti nel secondo trimestre 2019

- **Il più forte aumento di clienti attivi mai registrato nel Q2 e il più veloce incremento nelle visite al sito dal 2013**
 - **La crescita profittevole prosegue con un Gross Merchandise Volume (GMV) in aumento del 23.7% che raggiunge quota 2 miliardi di Euro e un EBIT rettificato di 102 milioni di Euro**
 - **Zalando aumenta la sua prospettiva di profitto, attestandosi nella metà superiore della forbice 175-225 milioni di EBIT rettificato**
 - **La crescita del GMV è stimata in un range compreso tra 20-25% e l'incremento dei ricavi nella parte bassa della forbice**
-

BERLINO, 1 AGOSTO 2019 // Zalando SE ha registrato una crescita eccezionale nel secondo trimestre del 2019 con un considerevole aumento dei clienti attivi, nei 17 mercati europei in cui opera, pari a 3,7 milioni (15,2%) anno su anno, fino a raggiungere i 28,3 milioni. Nello stesso periodo le visite al sito sono cresciute del 34,3%, raggiungendo quota 986,4 milioni, di cui l'84% derivanti da mobile con un numero di ordini record (36,1 milioni).

David Schröder, Chief Financial Officer di Zalando, dichiara: "Sempre più clienti scelgono Zalando come punto di partenza per la moda in Europa, il cosiddetto Starting Point for Fashion, a dimostrazione del fatto che i nostri continui sforzi per offrire la migliore esperienza di moda possibile stanno avendo successo".

Sono in corso diverse nuove iniziative per migliorare l'esperienza del consumatore: quest'estate l'azienda inizierà a costruire un nuovo centro logistico nei Paesi Bassi, per servire in modo più efficiente i clienti dei mercati dell'Europa occidentale e rafforzare l'espansione della sua rete logistica in vista della crescita futura. Rispetto al primo trimestre, in Germania, Zalando ha raddoppiato il numero di pacchi consegnati in giornata o il giorno seguente all'ordine e, in Svizzera, nell'area di Zurigo, sta già testando la consegna in serata.

Zalando continua ad ampliare il suo assortimento, investendo in moda sostenibile e marchi premium, estendendo il suo Partner Program, stringendo e rafforzando collaborazioni con i rivenditori offline. Ad oggi, oltre 1.300 negozi offline sono collegati alla piattaforma di Zalando.

Nel secondo trimestre 2019 Zalando ha continuato ad acquisire nuove quote di mercato. Il Gross Merchandise Volume (GMV) è cresciuto del 23,7% raggiungendo quota 2 miliardi di Euro, mentre i ricavi sono aumentati del 20,1% a 1,6 miliardi di Euro. Nello stesso periodo Zalando ha registrato un EBIT rettificato di 101,7 milioni di Euro, con un margine del 6,4%.

"La transizione verso la nostra piattaforma continua ad accelerare e l'entrata di nuovi brand e retailer nel nostro Partner Program ci dà la possibilità di offrire un assortimento più interessante e diversificato ai nostri clienti. Il nostro GMV continuerà a crescere più rapidamente dei ricavi, pienamente in linea con la nostra strategia di lungo periodo" - afferma David Schröder.

Dopo un primo semestre 2019 estremamente positivo, Zalando ha aumentato la sua prospettiva di profitto, attestandosi nella metà superiore della forbice 175-225 milioni di EBIT rettificato (precedentemente nel range). L'azienda conferma le direttive annue di crescita del GMV tra il 20% e il 25% e si aspetta un aumento dei ricavi nella parte bassa della forbice

(precedentemente nella parte più bassa del range). Zalando conferma stime di investimento per circa 300 milioni di Euro.

La presentazione degli utili per analisti e investitori è disponibile nella sezione Investor Relations del sito di Zalando. Zalando annuncerà i dati relativi al terzo trimestre 2019 il 31 ottobre 2019.

Gruppo Zalando – Numeri Chiave (in milioni di Euro)

	Q2 2019	Q2 2018
Fatturato del Gruppo	1,597.3	1,330.0
% crescita	20.1%	20.9%
Fashion Store	1,478.1	1,233.4
Di cui DACH	732.0	625.8
Di cui resto d'Europa	746.1	607.6
Offprice	155.7	114.6
Altro	45.2	100.8
Riconciliazione	-81.7	-118.7
EBIT rettificato di Gruppo	101.7	94.0
Margine EBIT rettificato di Gruppo	6.4%	7.1%
Fashion Store	103.6	92.2
Di cui DACH	67.5	60.0
Di cui resto d'Europa	36.1	32.2
Offprice	6.9	7.5
Altro	-8.9	-7.5
Riconciliazione	0.1	1.7
Capitale circolante netto	-78.6	16.1
Capitale operativo	-55.1	-67.0
Utile netto	45.5	51.8

Gruppo Zalando – Key Performance Indicators

	Q2 2019	Q2 2018	Variazione
Visite al sito (milioni)	986.4	734.3	34.3%
Quota mobile (% sul totale visite)	83.5	78.4	5.2pp
Clienti attivi (milioni)	28.3	24.6	15.2%
Numero di ordini (milioni)	36.1	29.0	24.7%
Ordini medi per cliente attivo	4.6	4.2	9.2%
Carrello medio (LTM, EUR)	56.9	58.4	-2.6%
Carrello medio (quarter, EUR)	56.4	56.8	-0.8%
GMV di Gruppo (miliardi di EUR)	2.0	1.6	23.7%

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 28 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, i 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 BUSINESS PRESS

Eleonora Bresesti / Paola Lapertosa

zalando@bpress.it

+39 02725851