

Zalando registra risultati straordinari nel primo trimestre e aumenta le stime per l'intero anno

- Zalando prevede un aumento del GMV tra il 31% e il 36% e un EBIT rettificato di 400-475 milioni di Euro per l'anno fiscale 2021
- Il GMV è aumentato del 55.6% a 3,2 miliardi di Euro nel primo trimestre con un margine dell'EBIT rettificato di 4.2%
- Eccezionale crescita nell'acquisizione di nuovi clienti: raggiunti 41,8 milioni di clienti attivi
- Zalando amplierà la rete logistica europea con cinque nuovi centri logistici entro il 2023
- Ottimo riscontro da parte dei consumatori italiani in seguito al lancio di Second Hand

BERLINO, 6 MAGGIO 2021 // Zalando aggiorna le stime per l'anno fiscale 2021 dopo una crescita eccezionalmente forte e redditizia nel primo trimestre, alti livelli di crescita continuati nel secondo trimestre e prospettive stabili per la seconda metà dell'anno.

L'azienda ora prevede che il Gross Merchandise Volume (GMV) crescerà tra il 31% e il 36% a 14,0-14,6 miliardi di Euro per l'anno finanziario 2021. La società prevede che i ricavi aumenteranno tra il 26% e il 31% a 10,1-10,5 miliardi di Euro e un EBIT rettificato tra i 400 e i 475 milioni di Euro nello stesso periodo. Le stime precedenti di Zalando ipotizzavano una crescita del GMV tra il 27% e il 32%, una crescita dei ricavi tra il 24% e il 29% e un EBIT rettificato di 350-425 milioni di Euro per l'intero anno 2021.

Alimentato dall'incremento eccezionale nell'acquisizione nuovi clienti e dall'elevato coinvolgimento di quelli esistenti, Zalando ha raggiunto la più forte crescita in termini di utenti dal 2013, raggiungendo 41,8 milioni di clienti attivi alla fine del primo trimestre.

*“Siamo molto soddisfatti dei risultati di questo primo trimestre al di sopra delle aspettative del mercato grazie a un inizio della stagione primavera-estate più forte del previsto e ad un tasso di resi inferiore alle aspettative”, afferma **Riccardo Vola, Director of Southern Europe** e continua: “In Italia abbiamo anche registrato un ottimo riscontro da parte dei consumatori in seguito al lancio di Second Hand con più di un migliaio di articoli venduti soprattutto per la categoria donna e per quanto riguarda capi premium. Un'ulteriore conferma del nostro ruolo come piattaforma volto a consentire ai nostri clienti di fare scelte più sostenibili e di rispondere su larga scala all'esigenza di dare nuova vita agli articoli di moda direttamente su Zalando”.*

La crescita della top line è stata eccezionalmente elevata, con un incremento del GMV del 55,6% a quasi 3,2 miliardi di Euro e ricavi in aumento del 46,8% su base annua a 2,2 miliardi di euro. La crescita è stata alimentata da un continuo aumento della domanda da parte dei consumatori per le offerte online e da un eccezionale incremento dell'attività dei partner. Oltre a una dinamica di crescita molto forte, Zalando ha registrato un EBIT rettificato

positivo di 93,3 milioni di Euro o un margine del 4,2%, principalmente guidato da un forte sell-through e da un tasso di rendimento costantemente inferiore.

David Schröder, Chief Financial Officer di Zalando, dichiara: *“Nel primo trimestre del 2021, Zalando ha registrato la crescita più forte dalla quotazione in borsa nel 2014. Vediamo il nostro business di piattaforma svilupparsi a una velocità sempre crescente, creando vantaggi per clienti e partner e permettendoci di fare rapidamente passi da gigante nel nostro viaggio per essere lo Starting Point for Fashion”.*

Per consentire le future ambizioni di crescita di Zalando e servire i clienti con la migliore convenienza, Zalando continuerà ad espandere la rete logistica europea che comprende attualmente 10 centri di distribuzione e aggiungerà cinque nuovi centri di logistici alla rete esistente entro il 2023. Due centri, a Rotterdam e Madrid, sono prossimi al completamento e saranno operativi già da quest'anno. I lavori di costruzione di tre nuovi centri logistici in Francia, Germania e Polonia inizieranno nei prossimi dodici mesi.

Il rapporto del primo trimestre, così come la presentazione degli utili per analisti e investitori, è disponibile a questo [link](#). L'azienda condividerà i risultati per il secondo trimestre del 2021 il 5 agosto 2021.

(Fine)

Gruppo Zalando – Numeri chiave (in milioni di Euro)

	Q1 2021	Q1 2020
GMV Gruppo	3.154,2	2.027,2
percentuale di crescita	55,6%	15,9%
Fatturato del Gruppo	2.237,8	1.524,2
percentuale di crescita	46,8%	10,6%
Fashion Store	2.009,2	1.391,6
Di cui DACH	921,0	663,6
Di cui resto d'Europa	1.088,3	728,0
Offprice	317,8	184,7
Altro	58,7	37,4
Reconciliazione	(148,0)	(89,6)
EBIT rettificato di Gruppo	93,3	(98,6)
Margine EBIT rettificato di Gruppo	4,2%	-6,5%
Fashion Store	65,6	(99,6)
Di cui DACH	83,0	(11,6)
Di cui resto d'Europa	(17,5)	(88,0)
Offprice	25,9	7,8
Altro	0,4	(6,8)
Reconciliazione	1,4	(0,0)
Capitale circolante netto	87,9	41,3
Capitale operativo	(39,8)	(47,8)
Utile netto	34,5	(86,4)

Gruppo Zalando – Key Performance Indicators

	Q1 2021	Q1 2020	Change
Visite al sito (milioni)	1.708,0	1.137,5	50,2%
Quota mobile (% sul totale visite)	87,3%	84,6%	2,7pp
Clienti attivi (milioni)	41,8	31,9	30,9%
Numero di ordini (milioni)	56,0	37,0	51,1%
Ordini medi per cliente attivo	4,9	4,7	3,7%
Carrello medio (LTM, EUR)	57,9	56,3	2,7%

Le definizioni sono disponibili nel report relativo al Q1 e annuale.

A proposito di Zalando

Zalando è la piattaforma online di moda e lifestyle leader in Europa. Nati a Berlino nel 2008, creiamo lo stile “dalla testa ai piedi” di 42 milioni di clienti attivi in 17 mercati offrendo abbigliamento, calzature, accessori e cosmetici. L'assortimento di brand internazionali spazia da nomi famosi a livello internazionale a etichette locali. La nostra piattaforma offre tutto ciò che serve a livello di ispirazione, innovazione e interazione. Come azienda tecnologica più trendy d'Europa, lavoriamo intensamente per trovare soluzioni digitali per ogni aspetto dell'universo moda: i nostri clienti, partner e ogni attore importante della storia Zalando. Il nostro obiettivo è diventare il punto di riferimento della moda e una piattaforma sostenibile con un netto impatto positivo sulle persone e sul pianeta.

CONTATTO STAMPA BUSINESS PRESS

Eleonora Bresesti, Ines Nicolai

zalando@bpress.it

+39 02725851

CONTATTO STAMPA ZALANDO

Andrea Ricciarelli

Corporate Communications

andrea.ricciarelli@zalando.de