

Please note that this translation is for information purposes only. In case of any discrepancies between this version and the English/German, the English/German version shall prevail.

ZALANDO PERFORMA MEGLIO DEL MERCATO E MIGLIORA LA PROFITABILITÀ

- Ricavi Q3 a 835 milioni di Euro (+17,1%), margine EBIT rettificato a 2,3%
 - Ricavi per i 9 mesi a 2.547 milioni di Euro (+21,9%), margine EBIT rettificato a 4,7%
 - Confermata la stima dei ricavi; la stima dei profitti per l'intero anno 2016 è aumentata per un margine EBIT rettificato a 5,0-6,0%
-

BERLINO, 10 NOVEMBRE 2016 // Zalando registra un'ottima performance nei primi nove mesi del 2016 con forte crescita e profittabilità, e aumenta le stime sul margine EBIT rettificato per l'intero anno a 5,0-6,0%. Nel terzo trimestre la piattaforma di moda online leader in Europa ha performato meglio del mercato, nonostante le condizioni sfidanti e il confronto con i solidi risultati del Q3 2015, riuscendo dunque ad aumentare la propria quota di mercato.

Zalando ha aumentato la profittabilità lungo tutte le principali linee di costo, inclusi i costi di vendita, di distribuzione e di marketing. Allo stesso tempo l'azienda ha continuato a investire in termini di *customer proposition* per quanto concerne l'offerta mobile, il brand, l'assortimento e la convenienza per il cliente. Tutto questo, combinato a una gestione oculata del capitale operativo e a un capex significativo di 116 milioni di euro, ha generato un flusso di cassa disponibile di 66 milioni di euro per i nove mesi.

“È fantastico vedere come a due anni dall'IPO Zalando continui a essere sempre più forte”, dichiara Rubin Ritter, co-CEO. “Abbiamo creato una piattaforma solida, pronta per un gran 2017 e per continuare a sostenere il nostro sviluppo”.

Nel terzo trimestre Zalando ha continuato a migliorare la propria offerta mobile, e di recente la sua app Android ha ricevuto l'Editor's Choice award di Google Play. Il traffico mobile è aumentato al 67% mentre la quota di ordini effettuati da mobile ha superato il 50%. La fiera Bread&Butter, che ha registrato un enorme successo, ha ospitato oltre 20.000 visitatori e ha confermato gli investimenti di Zalando in termini di visibilità e di audience raggiunta. Durante l'evento Zalando ha raccolto oltre 800 milioni di impression su media e social media. Gigi Hadid ha presentato la collezione Tommy X Gigi di Tommy Hilfiger, ed è stata annunciata la collezione Marni, prodotta esclusivamente per Zalando e attualmente disponibile sul sito. Nell'ultimo trimestre sono stati aggiunti all'assortimento ulteriori brand di rilievo, che hanno portato il numero totale di prodotti disponibili su Zalando a circa 200.000.

La struttura operativa della piattaforma Zalando sta evolvendo in maniera significativa, con un'attenzione particolare allo sviluppo della distribuzione volto ad assicurare la migliore esperienza in Europa per il fashion. A seguito dell'importante lancio del magazzino satellite di Stradella, che ora copre il 70% degli ordini italiani, Zalando inizierà a operare in un altro magazzino satellite situato nei pressi di Parigi nel primo trimestre 2017. L'azienda ha inoltre annunciato la costruzione di un ulteriore centro di distribuzione di 130.000 mq nei pressi di Stettino (Polonia) che dovrebbe iniziare a operare dall'autunno 2017.

Il numero di dipendenti è aumentato significativamente, dai 10.000 del 31 dicembre 2015 agli 11.200 del 30 settembre 2016, principalmente grazie alle assunzioni effettuate nei dipartimenti Technology e Operations. Il team tech di Zalando continua a crescere, con 1.600 dipendenti dislocati nella sede di Berlino e in sei ulteriori hub.

Zalando conferma le proprie ambizioni di crescita del 20-25% per i prossimi anni. Per l'intero anno 2016 l'azienda stima una crescita dei ricavi collocata nella parte alta del corridoio del 20-25% e aumenta le stime del margine EBIT rettificato a 5,0-6,0%.

Il report dei nove mesi è disponibile [online](#); i dati dell'anno fiscale 2016 e del quarto trimestre 2016 verranno annunciati il 1° marzo 2017, preceduti da un trading update. La data del trading update verrà comunicata in anticipo sul sito di [Investor Relations](#).

Gruppo Zalando – Fatturato ed EBIT rettificato (milioni di euro)

	Q3 2016	Q3 2015	9M 2016	9M 2015	FY 2015
Fatturato del Gruppo	834.8	713.1	2,547.4	2,089.7	2,958.2
% crescita	17.1%	42.2%	21.9%	34.9%	33.6%
DACH ¹	407.1	371.2	1,284.4	1,129.4	1,580.1
<i>% crescita</i>	9.7%	34.4%	13.7%	29.7%	28.0%
Resto d'Europa ²	374.0	300.8	1,091.8	851.1	1,211.6
<i>% crescita</i>	24.3%	52.1%	28.3%	42.5%	40.5%
Altro ³	53.7	41.1	171.3	109.2	166.5
<i>% crescita</i>	30.8%	50.3%	56.9%	35.0%	41.8%
EBIT rettificato di Gruppo⁴	19.5	(23.5)	120.7	35.7	107.5
Margine EBIT rettificato di Gruppo	2.3%	(3.3%)	4.7%	1.7%	3.6%
DACH ^{1 4}	41.4	(2.8)	146.3	44.0	101.9
<i>% margine</i>	10.2%	(0.8%)	11.4%	3.9%	6.4%
Resto d'Europa ^{2 4}	(17.9)	(21.7)	(19.0)	(15.1)	(3.3)
<i>% margine</i>	(4.8%)	(7.2%)	(1.7%)	(1.8%)	(0.3%)
Altro ^{3 4}	(4.0)	1.0	(6.6)	6.8	8.9
<i>% margine</i>	(7.4%)	2.5%	(3.9%)	6.3%	5.3%

¹. La regione DACH è costituita da Germania, Austria e Svizzera.

². Il segmento Resto d'Europa comprende tutti gli altri Paesi in cui l'azienda opera attualmente.

³. Tutti gli altri canali di vendita sono raggruppati nel segmento Altro, che comprende Zalando Lounge, gli outlet di Zalando a Berlino e Francoforte, e altro.

⁴. Rettificato per escludere i costi per pagamenti basati su azioni regolate con strumenti rappresentativi di capitale.

Gruppo Zalando – Key performance indicators

	Q3 2016	Q3 2015	9M 2016	9M 2015	FY 2015
Visite al sito (mln) ⁵	468.6	393.9	1,428.4	1,198.6	1,656.4
Quota mobile (% sul totale visite) ⁶	67.0%	58.8%	64.6%	56.0%	57.1%
Clienti attivi (mln) ⁷	19.2	17.2	19.2	17.2	17.9
Numero di ordini (mln) ⁸	16.4	13.8	49.6	39.9	55.3
Ordini medi per cliente attivo	3.4	3.0	3.4	3.0	3.1
Carrello medio (€) ⁹	62.8	63.3	65.1	66.3	67.8
Download della app (mln)	25	14	25	14	16
Dipendenti	11,239	9,444	11,239	9,444	9,987

⁵ Le visite al sito corrispondono al numero di richieste di serie di pagine di Zalando da ogni singolo cliente. Includono il sito, il sito mobile e la app nel periodo di riferimento. Una visita viene considerata terminata quando non vengono registrate richieste nell'arco di 30 minuti.

⁶ La quota mobile si riferisce agli accessi da tablet, sito mobile e app.

⁷ I clienti attivi sono i consumatori che registrano almeno un ordine negli 12 mesi precedenti rispetto al periodo di riferimento, a prescindere da cancellazioni e resi.

⁸ Il numero di ordini è il numero di acquisti nel periodo di riferimento, a prescindere da cancellazioni e resi. □ Un ordine viene consegnato nel giorno in cui viene registrato dal cliente. Il numero di ordini registrati e il numero di ordini consegnati possono essere diversi sulla base del termine del periodo di riferimento o della cancellazione degli stessi.

⁹ La media carrello corrisponde alle transazioni (incluso IVA e volume di transazioni del Partner Program) al netto delle cancellazioni e dei resi, e divise per il numero di ordini.

NOTES TO EDITORS

A PROPOSITO DI ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) è la piattaforma online europea leader in ambito moda donna, uomo e bambino. Offriamo ai nostri clienti un'esperienza d'acquisto esclusiva e una destinazione unica da cui accedere a un'ampia selezione di articoli fashion tra cui accessori, scarpe e abbigliamento, il tutto con spedizione e reso gratuiti. Costituito da oltre 1.500 brand, l'assortimento include i più noti marchi internazionali, fast fashion e locali, ed è completato dai prodotti delle nostre private label. L'offerta è localizzata al fine di rispondere alle preferenze dei clienti di ciascuno dei 15 mercati europei in cui operiamo: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera. I quattro centri di distribuzione centrali situati in Germania, coadiuvati dal magazzino di Stradella dedicato al servizio locale, formano un network logistico che consente di servire efficientemente i clienti di tutta Europa. Siamo convinti che la nostra integrazione di fashion, aspetti operativi e tecnologia applicata all'online ci consenta di offrire una value proposition convincente, sia per i clienti sia per i brand nostri partner.

Gli shop di Zalando registrano oltre 160 milioni di visite mensili. Nel terzo trimestre 2016, il traffico proveniente da dispositivi mobile si è attestato a oltre il 65%, per un totale di circa 19,2 milioni di clienti attivi a fine trimestre.

CONTATTI ZALANDO

Matteo Bovio / Corporate Communications
matteo.bovio@zalando.it
 +49 (0)30 2000 88 512

CONTATTI BPRESS

Beatrice Caputo / Valeria Alunni / Eleonora Bresesti
zalando@bpress.it
 +39 02 725851