

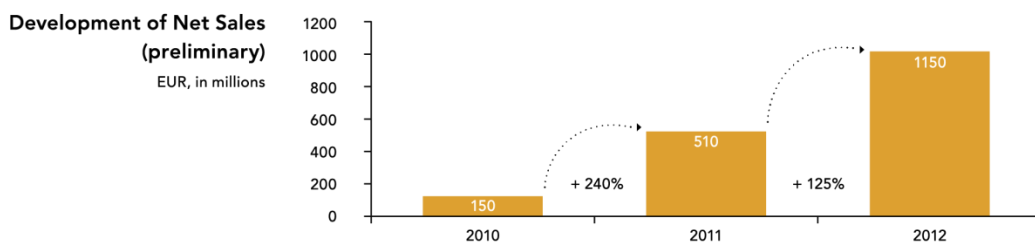
Zalando - Risultati finanziari 2012: 1,15 miliardi di euro di fatturato netto e punto di pareggio nei mercati chiave

Berlino, 15 febbraio 2013. Il leader europeo nella vendita online di scarpe e moda ha chiuso il 2012 con successo e continua a crescere a ritmo sostenuto. Secondo i risultati preliminari dell'azienda, Zalando ha più che raddoppiato le vendite rispetto all'anno precedente chiudendo con un fatturato netto di 1,15 miliardi di euro (2011: 510 milioni di euro). Al contempo, Zalando ha raggiunto il punto di pareggio (EBIT - risultato ante oneri finanziari) in Germania, Austria e Svizzera ("DACH") e ha continuato a investire in nuovi mercati così come in assortimento, logistica *in-house* e IT.

Zalando è l'azienda europea che registra la crescita più rapida

Zalando è la prima azienda europea a superare il miliardo di euro in vendite nette dopo solo quattro anni di attività. Robert Gentz, fondatore e Managing Director di Zalando, ha commentato: "Siamo molto orgogliosi dei risultati ragguardevoli raggiunti dal nostro team. Questo sviluppo conferma nuovamente il nostro modello di business e la fiducia dei nostri investitori. Zalando è una vera e propria storia di successo europea".

Rispetto al 2011 il fatturato netto di Zalando è cresciuto del 125%. La crescita è attribuibile sia alla domanda crescente nei mercati esistenti, Germania inclusa, sia all'apertura in sette nuovi mercati nel corso del 2012, grazie alla quale l'azienda è oggi presente in 14 nazioni. "L'apertura in diversi nuovi mercati ci ha permesso di consolidare un'ampia e solida base per la nostra crescita negli anni a venire", ha aggiunto Robert Gentz.



Zalando raggiunge il punto di pareggio nell'area DACH (Germania, Austria e Svizzera) e continua a investire nell'espansione internazionale

Nel 2012 Zalando ha dimostrato di poter combinare un forte incremento nelle vendite con un percorso continuativo verso la profittabilità. Nel DACH, l'area più consolidata dalla quale deriva la maggior parte delle vendite, Zalando ha raggiunto il punto di pareggio calcolato sul risultato ante oneri finanziari, continuando al contempo a crescere a ritmi elevati.

L'azienda ha continuato inoltre a investire nei mercati internazionali per rafforzare ulteriormente la propria posizione in Europa. Questa strategia ha portato a una chiusura del 2012 con un miglioramento nel margine EBIT complessivo, ora a -8% rispetto alle vendite (2011: -12%). "I costi di set-up fanno parte della nostra strategia di entrata nei nuovi mercati. Il dato importante è che il margine segue un trend positivo in tutte le regioni, grazie a una base clienti fedele e a un continuo efficientamento", ha spiegato Rubin Ritter, Managing Director di Zalando. "L'aver raggiunto in soli quattro anni il punto di pareggio nei mercati chiave costituisce la prova del successo del nostro modello di business e ci ha incoraggiati a investire ancora più velocemente nei mercati internazionali".

Il rivenditore online continua ad avere una solida base finanziaria con cui proseguire la futura espansione. "Nel 2012 abbiamo incrementato ulteriormente l'*equity ratio* passando dal 39% del 2011 al 50%. La nostra rapida crescita è sempre stata affiancata da un bilancio molto conservativo", ha sottolineato Rubin Ritter. Durante il 2012 Zalando ha attirato tre nuovi investitori di alto profilo: DST Global, J.P. Morgan Asset Management e Quadrant Capital. La svedese AB Kinnevik ha inoltre aumentato la propria partecipazione, divenendo il principale investitore. In aggiunta, Zalando ha concordato con Commerzbank e Sparkasse Mittelthüringen un finanziamento di debito del valore di 40,7 milioni di euro.

Zalando è entrata con successo in sette nuovi mercati, continuando a investire in assortimento, logistica proprietaria e IT

Nel 2012 Zalando ha investito in sette nuovi mercati e in asset che potessero assicurare una struttura sostenibile e rafforzare la soddisfazione dei clienti. Gli sforzi sono stati premiati dagli oltre 10 milioni di clienti che ad oggi hanno acquistato scarpe e abbigliamento su Zalando. L'azienda ha continuato a estendere il proprio assortimento e oggi mette a disposizione oltre 150.000 articoli delle nuove collezioni provenienti da più di 1.500 brand.

"Il nostro obiettivo è divenire il negozio online di scarpe e moda preferito dai clienti di ogni mercato europeo. Per sostenere tale crescita abbiamo migliorato costantemente la nostra offerta estendendo il portfolio fino a raggiungere un catalogo internazionale senza paragoni lungo tutte le

categorie – scarpe, sport e abbigliamento. Abbiamo ampliato l’offerta delle nostre label in-house ed esteso il numero di shop del nostro *partner program*, là dove attivo, così da ampliare la nostra selezione e aumentare la profondità del catalogo“, ha spiegato David Schneider, fondatore e Managing Director di Zalando. “Continueremo a concentrare i nostri sforzi per offrire la migliore offerta in ambito fashion, un webshop dotato di tecnologia e funzionalità allo stato dell’arte e un’infrastruttura logistica proprietaria che consenta tempi di consegna rapidi e un servizio d’eccellenza. Non vogliamo solo crescere rapidamente, ma anche migliorare costantemente il servizio che offriamo ai nostri clienti”.

Zalando ha investito nell’implementazione di una logistica *in-house* al fine di poter aumentare la convenienza del proprio servizio, ad esempio inaugurando a Erfurt uno dei centri di stoccaggio più grandi d’Europa. Altrettanto è stato fatto in ambito IT con la creazione di un team formato da circa 300 esperti IT, uno dei più grandi in Europa.

A proposito di Zalando

Zalando (<http://www.zalando.it/>) è la boutique online leader in Europa nella vendita di scarpe e abbigliamento. L’ampio assortimento per donna, uomo e bambino spazia dai più noti brand internazionali alle label più esclusive, con oltre 1.500 marchi internazionali. Oltre a scarpe e abbigliamento, l’assortimento di Zalando include abbigliamento e attrezzature sportive, nonché accessori moda. Lo shopping su Zalando è caratterizzato da una combinazione di servizi unici e distintivi: spedizione e reso gratuiti, formula “soddisfatti o rimborsati” valida fino a 30 giorni e servizio clienti gratuito rendono lo shopping su Zalando un’esperienza conveniente e affidabile. Attraverso il proprio blog [Appunti di Moda](#) e i canali [Twitter](#) e [Facebook](#), Zalando aggiorna puntualmente i propri clienti sulle ultime tendenze in ambito moda. Fondata nel 2008 da Robert Gentz e David Schneider, l’azienda ha sede a Berlino. A seguito dell’enorme successo ottenuto in Germania, Zalando ha aperto altri shop in Europa, a partire da Austria (2009), Paesi Bassi e Francia (2010). Sono seguite Italia, UK e Svizzera. Nel corso del 2012 Zalando è andato online in Svezia, Belgio, Spagna, Danimarca, Finlandia, Polonia e Norvegia.

Contatti Zalando

Matteo Bovio
PR Manager Zalando Italy
Tel.: +49 (0)30 20 00 88 512
Fax: +49 (0)30 27 59 46 93
E-Mail: matteo.bovio@zalando.it

Contatti Ufficio Stampa

marialicci | Media and P Relations
Tel: +39 02 83241436
Fax: +39 02 91198148
E-mail: marialicci@marialicci.it



Zalando.it è un servizio di proprietà di Zalando GmbH

Sonnenburger Straße 73
10437 Berlino
Germany

Zalando GmbH

Deposito presso l'agenzia delle entrate: Charlottenburg Berlin, HRB112394B
Imposta sull'entrata: DE 260543043 - Partita IVA: 37/125/21423
Amministratori: Robert Gentz, David Schneider, Rubin Ritter