

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 poursuit sa croissance en 2015**

- **Une croissance de 20 % à 25 % est attendue**
- **La marge d'exploitation 2015 devrait être plus ou moins similaire à celle de 2014**
- **La société prévoit d'élargir sa plateforme de mode en 2015 avec un recrutement à grande échelle**
- **L'année 2014 s'est achevée sur un succès, le groupe DACH1 est nettement rentable**

**Berlin, le 5 mars 2015** – Zalando SE, le leader de la vente de mode en ligne en Europe, est toujours sur la voie de la croissance en 2015, avec une augmentation prévue de son chiffre d'affaires de 20 à 25 % en 2015. La société continuera d'orienter ses efforts sur une croissance profitable et d'accroître l'efficacité du capital. Zalando prévoit également que la marge d'exploitation de 2015 sera similaire aux bons résultats de 2014, grâce notamment aux investissements dans la croissance à long terme : Zalando va continuer d'étendre sa plateforme de mode et augmenter sa capacité à trouver de nouveaux clients et marques. Plusieurs projets sont déjà en cours, dont le service d'achat personnalisé récemment lancé et les catégories approfondies, par exemple dans les vêtements de sport pour femme. Pour soutenir l'expansion de sa plateforme de mode, Zalando embauchera de nouveaux employés à grande échelle.

Rubin Ritter, membre du conseil d'administration, a déclaré : « Zalando est très bien parti pour continuer sa croissance rapide et gérer le marché européen de la mode en ligne. Nous disposons d'un accès sans pareil aux clients et aux marques ainsi que de l'infrastructure nécessaire permettant une croissance future. Nous n'allons certainement pas ralentir notre rythme, pas une seconde. »

Zalando a connu une année 2014 très profitable, caractérisée par une forte croissance continue supérieure à la moyenne du marché et, pour la première fois de son histoire, la société a atteint une rentabilité d'exploitation annuelle à l'échelle du groupe, confirmant ainsi les données préliminaires. Les revenus du groupe en 2014 ont atteint 2,2 milliards d'euros, soit une croissance d'environ 26 % (2013 : 1,8 milliard), élargissant encore la part de marché de Zalando dans le secteur européen de la mode en ligne. Le segment de DACH1 a atteint 1,2 milliard, soit une croissance d'environ 17 % (2013 : 1,1 milliard), tandis que le segment Reste de l'Europe a connu

une hausse de 37 %, à 0,9 milliard d'euros (2013 : 0,6 milliard d'euros). Zalando a enregistré un résultat d'exploitation ajusté de 82 millions d'euros<sup>1</sup> (2013 : 109 millions d'euros), correspondant à une marge d'exploitation ajustée de 3,7 %. La région DACH est à présent clairement rentable avec un résultat d'exploitation ajusté de 83 millions d'euros (2013 : 8 millions d'euros) ou une marge de 6,7 % (2013 : 0,8 %). Le Reste de l'Europe est également sur la bonne voie de la rentabilité avec une marge de - 1,3 % (2013 : - 15,7 %).

Au quatrième trimestre 2014, Zalando a atteint un chiffre d'affaires de 666 millions d'euros, enregistrant une augmentation d'environ 21 % (4ème trimestre 2013 : 550 millions d'euros). Des leviers d'exploitation continus sur plusieurs postes budgétaires, en particulier les ventes et le marketing, ont engendré une rentabilité élevée au quatrième trimestre. Le résultat d'exploitation ajusté était de 66 millions d'euros à l'échelle du groupe, correspondant à une marge d'exploitation de 9,9 %, et même 12,3 % dans la région DACH1. Zalando a généré un flux de trésorerie disponible de 73 millions d'euros au quatrième trimestre (2013 : 36 millions d'euros), grâce à un flux de trésorerie d'exploitation élevé et une attention continue sur l'efficacité du capital.

À la fin de l'année 2014, Zalando comptait 14,7 millions de clients actifs, dont environ 600 000 clients actifs acquis au quatrième trimestre. Zalando est également devenu un partenaire et une destination attractifs pour les marques internationales, telles que Topshop ou GAP, ainsi que pour les marques de mode locales. Le trafic mobile a atteint un nouveau record : 48 % du trafic du quatrième trimestre provenait d'appareils mobiles et atteignait de nouveaux records à la période de Noël dans certains pays en dépassant les 60 %. La transition vers le mobile a constitué un thème majeur tout au long de l'année, avec une part mobile atteignant les 42 %, contre 27 % en 2013. De plus, l'application Zalando avait été téléchargée plus de 7 millions de fois à la fin de 2014.

Vous pouvez consulter notre rapport annuel complet « The Zalando Code » en ligne sur <https://corporate.zalando.com/en/annual-report-2014>. Zalando publiera les chiffres du premier trimestre 2015 le 12 mai 2015.

---

<sup>1</sup> Ajusté pour exclure les coûts d'indemnisation à base d'actions réglés en instruments de capitaux propres.

**Tableau 1 : Groupe Zalando - Chiffre d'affaires et résultat d'exploitation ajusté (en millions d'euros)**

	Exercice 2014	Exercice 2013	4 <sup>e</sup> trimestre 2014	4 <sup>e</sup> trimestre 2013
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 214,0</b>	<b>1 762,0</b>	<b>665,6</b>	<b>549,6</b>
<b>% de croissance</b>	<b>25,7 %</b>	<b>52,1 %</b>	<b>21,1 %</b>	<b>36,1 %</b>
DACH (Allemagne, Autriche et Suisse) <sup>1</sup>	1 234,0	1 056,1	363,5	322,5
% de croissance	16,8 %	36,6 %	12,7 %	28,8 %
Reste de l'Europe <sup>2</sup>	862,6	630,2	265,5	202,8
% de croissance	36,9 %	87,6 %	31,0 %	47,4 %
Autre <sup>3</sup>	117,4	75,7	36,5	24,3
% de croissance	55,0 %	51,9 %	50,2 %	53,0 %
<b>Résultat d'exploitation du groupe ajusté<sup>4</sup></b>	<b>81,9</b>	<b>(108,6)</b>	<b>65,7</b>	<b>13,5</b>
<b>Marge d'exploitation ajustée du groupe</b>	<b>3,7 %</b>	<b>(6,2 %)</b>	<b>9,9 %</b>	<b>2,4 %</b>
DACH (Allemagne, Autriche et Suisse) <sup>1,4</sup>	83,0	8,2	44,8	30,3
Marge d'exploitation ajustée	6,7 %	0,8 %	12,3 %	9,4 %
Reste de l'Europe <sup>2,4</sup>	(11,6)	(99,1)	16,2	(9,6)
Marge d'exploitation ajustée	(1,3 %)	(15,7 %)	6,1 %	(4,7)
Autre <sup>3,4</sup>	10,5	(17,7)	4,8	(7,3)
Marge d'exploitation ajustée	9,0 %	(23,5 %)	13,0 %	(30,0 %)

1. La région DACH comprend l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse.

2. Le reste de l'Europe comprend tous les autres pays dans lesquels Zalando est actuellement présent.

3. Tous les autres canaux de vente sont regroupés dans le segment « Autre », qui comprend Zalando Lounge et nos boutiques Zalando Outlet à Berlin et Francfort.

4. Ajusté pour exclure les coûts d'indemnisation à base d'actions réglés en instruments de capitaux propres.

#### A propos de Zalando

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) est l'une des premières destinations de mode en ligne en Europe pour femme, homme et enfant. Nous offrons à nos clients une expérience shopping unique grâce à notre grand choix d'articles de mode (chaussures, vêtements et accessoires) et grâce à une combinaison de services de qualité, dont la livraison et les retours gratuits. Notre gamme de plus de 1 500 marques internationales propose aussi bien des griffes accessibles et tendance que des marques locales ou des labels exclusifs. Notre offre répond localement aux besoins et aux souhaits des clients de chacun des 15 pays où nous sommes présents : Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Espagne, Suède, Suisse, Pologne et Royaume-Uni. Notre réseau logistique, qui compte trois entrepôts situés en Allemagne, nous permet de servir de manière optimale nos clients dans toute l'Europe. Nous sommes convaincus que l'intégration de la mode, les opérations et les technologies en ligne nous donnent la possibilité d'offrir une proposition de valeur à nos clients et à nos marques partenaires. Au cours du quatrième trimestre 2014, les sites Web Zalando ont attiré plus de 100 millions de visites par mois, dont 48 % provenant d'appareils mobiles. Ceci a permis d'acquérir près de 15 millions de nouveaux clients actifs à la fin du trimestre.

#### Contact

Boris Radke

Head of Corporate Communications

Phone: +49 (0)30-209 68 1038

Email: [Boris.Radke@zalando.de](mailto:Boris.Radke@zalando.de)