

14/02/2019

A colloquio con Lorenzo Pretti, manager di Zalando

“Zalando ha costruito con successo una rete logistica europea che serve oltre 25 milioni di clienti attivi in 17 mercati. Per garantire una migliore distribuzione e offrire soluzioni più convenienti basate su necessità e abitudini locali, abbiamo ampliato costantemente il nostro network logistico”. E’ questo l’esordio nella nostra intervista da parte di Lorenzo Pretti, responsabile della strategia commerciale per il sud Europa della nota società di e-commerce.

Image: Lorenzo%20Pretti%20Orizzontale%281%29.jpeg

Lorenzo Pretti

Dopo la recente apertura dell’hub scandinavo quali sono gli altri piani di sviluppo in Europa? PRETTI: Ad oggi, abbiamo un totale di 8 centri logistici distribuiti in 5 mercati: oltre ai nostri 4 centri logistici tedeschi gestiti direttamente da noi a Erfurt (130.000 mq), a Mönchengladbach (130.000 mq), a Lahr (130.000 mq) e Brieselang (30.000 mq), abbiamo anche i centri logistici di Gryfino vicino Stettino in Polonia (130.000 mq), di Stradella vicino Milano in Italia (40.000 mq) Moissy-Cramayel vicino Parigi in Francia (20.000 mq) e Brunna vicino Stoccolma in Svezia (30.000 mq) che gestiamo con la collaborazione di service provider. Il nostro nuovo polo logistico in Svezia non sarà l’ultimo centro logistico ad essere avviato. Siamo sempre alla ricerca di aree strategiche e stiamo considerando altre zone in Europa per servire al meglio i nostri clienti. Al momento, stiamo costruendo tre nuovi centri logistici a Gluchow vicino Lodz in Polonia (130.000 mq), a Olsztynek in Polonia (130.000 mq) e a Nogarole Rocca vicino Verona in Italia (130.000 mq).

Image: magazzino1.JPG

Il magazzino di Mönchengladbach (130.000 mq), uno dei 4 centri tedeschi di Zalando

Può tracciare un bilancio della vostra operatività in Italia? Soddisfatti dei risultati raggiunti a Stradella? Che

ruolo gioca il nostro Paese nella strategia espansiva di Zalando in Europa? PRETTI: L'Italia è un mercato molto importante per Zalando: il segmento online sta crescendo velocemente e vediamo un grande potenziale per sviluppare ulteriormente il nostro business. **Si tratta di un paese centrale nella nostra strategia di crescita:** Stradella, che abbiamo inaugurato nel 2016, è stato il nostro primo centro logistico aperto fuori dai confini della Germania e costituisce uno dei nostri primi passi nell'espansione internazionale della nostra rete logistica. Il magazzino gioca un ruolo cruciale nel portare la nostra offerta più vicina ai clienti italiani e nel ridurre i tempi di consegna. **Nel 2018 abbiamo raddoppiato la capacità del polo logistico a 40.000 mq per servire gli altri mercati del sud Europa.** L'ampliamento di Stradella, come il nostro ultimo investimento a Nogarole Rocca, ci permette di focalizzarci su un continuo miglioramento del servizio offerto ai clienti italiani e agli altri mercati del Sud Europa.

Come procedono i lavori per il centro di distribuzione di Nogarole Rocca? Anche in questo caso ne affiderete la gestione a un 3PL (operatore logistico), come con Fiege a Stradella? Se sì lo avete già selezionato? PRETTI: Il nostro centro logistico di Nogarole Rocca sarà di circa 130.000 mq, una grandezza analoga a quella dei nostri poli logistici in Germania. I lavori di costruzione sono quasi ultimati mentre l'installazione del sistema intralogistico è iniziata a ottobre 2018 e si protrarrà per circa un anno. **L'hub sarà gestito da un operatore esterno come avviene per tutti i nostri hub al di fuori della Germania.** Gestire e avviare un polo logistico richiede una conoscenza locale ed è per questo che traiamo beneficio dal lavorare con un service provider per i nostri nuovi centri logistici all'estero. Non abbiamo ancora selezionato il partner esterno, ma non appena ciò avverrà, potremo fornire tutte le relative informazioni.

Image: zalando_stradella_giugno16-19.jpg

A Stradella (Pavia) il primo centro logistico Zalando aperto fuori dai confini della Germania

Oltre alle sue tre aree di business store di moda, Offprice e zLabels, Zalando opera in una varietà di settori commerciali emergenti. Ne vogliamo parlare? PRETTI: Zalando è la piattaforma online europea leader in ambito moda e lifestyle. Adottiamo diverse strategie per connettere tutti gli attori del settore moda e soddisfare le loro esigenze individuali. **Nell'ambito della nostra strategia di piattaforma, abbiamo lanciato servizi e attività aggiuntive che vanno oltre il nostro business iniziale, con i quali, per esempio, aiutiamo i brand ad avere successo nel panorama digitale,** sia integrando i loro stock nel nostro fashion store sia connettendo gli store offline alla nostra piattaforma, consigliamo i brand in merito a pubblicità e marketing, garantiamo a terze parti l'accesso alla nostra rete logistica e connettiamo i clienti con i nostri stylist.

L'e-commerce viene visto in controtendenza rispetto ai trend di un'economia che si sta progressivamente avviando nella direzione della "circolarità", con zero sprechi, soprattutto negli imballaggi? Che fa al riguardo Zalando? PRETTI: Non è mai stato così importante per aziende come Zalando essere consapevoli sia del proprio impatto ambientale che di quello sociale e cogliere le opportunità legate allo sviluppo economico, ambientale e sociale. **Per noi, la sostenibilità comincia proprio con l'assunzione di responsabilità per i nostri impatti.** Stiamo concentrando gli sforzi sulla riduzione dell'impatto ambientale nelle consegne ai clienti, nell'energia, e sull'ottimizzazione dei packaging per ridurre i rifiuti. **Nel 2017 abbiamo ottenuto una riduzione del 13% del**

nostro impatto ambientale, siamo passati quasi al 100% di energia verde in Germania e in Polonia e abbiamo aderito per la prima volta alla valutazione CDP (Carbon Disclosure Project). Nel 2018 abbiamo anche iniziato ad **utilizzare bags da consegna costituite all'80% di plastica riciclata post-consumo**, certificate Blauer Engel. Per post-consumo intendiamo tutti quei materiali che provengono da un prodotto finito che è stato acquistato e utilizzato dal consumatore. Uno dei principali vantaggi ambientali derivanti da ciò è che impedisce che molti materiali finiscano nelle discariche. In aggiunta, **paragonata ai materiali "vergini" delle altre borse, l'utilizzo dei materiali riciclati post-consumo permette di risparmiare fino al 40% delle emissioni di CO2 per chilogrammo di prodotto.** Anche le polybags (le buste trasparenti che proteggono gli articoli che vendiamo) sono anch'esse un aspetto a cui pensiamo con attenzione, testando al momento materiali più sostenibili.

Image: ERFURT.jpg

Il magazzino di Erfurt (130.000 mq), che assieme a quelli di Mönchengladbach, Lahr e Brieselang completa l'offerta tedesca di Zalando

Per Zalando la reverse logistics gioca un ruolo determinante: cosa fate per contenere l'impatto ambientale di questo tipo di attività? PRETTI: Il nostro obiettivo è quello di rendere l'esperienza dello shopping il più piacevole possibile per i nostri clienti e di portare i camerini in cui si provano gli abiti a casa degli oltre 25 milioni di clienti attivi in 17 mercati europei. Al tempo stesso, ci impegniamo a far crescere il nostro business in modo responsabile riducendo l'impatto ambientale. Siamo focalizzati nel presentare gli articoli ai clienti in modo tale da evitare resi dovuti a taglie non adeguate. **La presentazione degli articoli in modo coerente è già stato un importante passo e ora stiamo utilizzando il machine learning per presentare indicazioni sulle taglie ancora più accurate.** Le informazioni sui resi dovuti alle taglie e il feedback dei nostri modelli ci aiutano in questo senso. Anche la sostenibilità nella gestione dei resi è un aspetto importante per noi: stiamo costantemente migliorando il processo dei resi al fine di minimizzare le emissioni di CO2. **Una delle iniziative che stiamo testando al momento nella pagina dei resi sul nostro shop online è il raggruppamento di diversi articoli in un unico pacco di reso, così che i clienti possano restituire gli articoli provenienti da ordini multipli in un unico pacco.** Approssimativamente sono state risparmiate 90.000 spedizioni da quando questa funzionalità è stata implementata nel luglio 2018.

a cura di Ornella Giola

I NUMERI DI ZALANDO

Nei primi nove mesi del 2018, i ricavi di Zalando sono cresciuti del 18,1% a 3,7 miliardi di euro.

Facts

- oltre 25 milioni di clienti attivi
- oltre 80 milioni di ordini
- oltre 15.000 dipendenti (più di 6.000 a Berlino)

Fashion

- oltre 300.000 articoli nel Fashion Store
- quasi 2.000 brand
- oltre 750 Zalando stylists

Tech

- oltre 2.000 dipendenti nel team tecnologico
- 8 uffici tech
 - 1 headquarter (Berlino)
 - 4 tech hubs (Dortmund, Dublino, Helsinki, Lisbona)
 - 2 tech offices (Erfurt, Mönchengladbach)
 - 1 AdTech lab (Amburgo)

Logistica

- 8 centri logistici: Brieselang, Erfurt, Mönchengladbach, Lahr, Milano (Stradella), Parigi (Moissy-Cramayel), Stettino (Gryfino), Brunnau
- 3 ulteriori in costruzione: Lodz, Olstynek, Verona

PROVE DI COLLABORAZIONE COI PARTNER

Ecco alcuni dei servizi offerti ai brand partner di Zalando

Partner Program (lanciato nel 2014 in Italia): i nostri brand partner sono in grado di integrare il loro stock direttamente all'interno del fashion store di Zalando. Il conseguente assortimento più ampio e la più elevata disponibilità degli articoli aumenta e migliora l'esperienza d'acquisto dei nostri clienti, mentre i brand mantengono il controllo sull'assortimento, sui prezzi e sulla propria immagine. Al momento il 10% delle nostre vendite deriva dal Partner Program e l'obiettivo che ci poniamo è quello di raggiungere il 20-30% entro il 2020.

Connected Retail: aiutiamo i brand ad evolvere da negozi tradizionali o con business di modeste dimensioni ad attori multicanali collegando il loro stock offline a Zalando. Al momento abbiamo oltre 700 negozi connessi alla nostra piattaforma.

ZMS (Zalando Marketing Services): offriamo servizi di marketing ai nostri brand partner sulle nostre piattaforme esterne (3rd party sides). Il range dei servizi, da considerarsi un servizio marketing a 360°, include media solutions, creazione di contenuti, consumer insights e influencer marketing così come consulenza strategica.

ZFS (Zalando Fulfillment Solutions): è il servizio volto a rendere il nostro Partner Program ancora più di successo e che permette ai brand di accedere all'infrastruttura logistica e al know-how di Zalando. Ci occupiamo dell'intera catena logistica gestendo gli ordini dei partner, dalle spedizioni alle soluzioni di reso. Aiutiamo i brand a risolvere le sfide della complessità logistica come gli alti costi di spedizione e li aiutiamo a soddisfare gli elevati standard di mercato e le aspettative dei clienti.

Zalando: disponibile in 6 mercati, è il servizio di personal stylist di Zalando grazie al quale oltre 750 stylist

creano look personalizzati utilizzando i prodotti del fashion store. Zalon è l'esempio perfetto della strategia di piattaforma di Zalando: unire la moda, gli stylist e i clienti attraverso tecnologia e convenience.