

Zalando s'ancre en France avec un centre de logistique dédié

L'allemand, géant européen de la mode en ligne, va investir 300 millions dans la construction d'un centre logistique dans l'est de Paris. Un investissement qui devrait créer 2.000 emplois et lui permettre d'avoir en France une part de marché à la hauteur de ses meilleurs marchés.



« La France est un marché énorme où les partenariats sont d'autant plus clés que les habitudes de consommation sont en avance de phase », précise Robert Gentz, cofondateur de Zalando. (Matthias Balk/Zuma Press/Zuma/REA)

Par **Ninon Renaud**

Publié le 28 juin 2021 à 7:30 Mis à jour le 28 juin 2021 à 7:54

Après avoir conquis les pays du nord de l'Europe et ses voisins germanophones, [Zalando](#) veut s'imposer dans le sud du Vieux Continent, en particulier en France. Quelques jours après la signature d'un partenariat de distribution avec Sephora, le géant européen de la mode en ligne annonce lundi un investissement de 300 millions d'euros dans la création d'un centre de logistique dans la région parisienne.

Nous voulons devenir le point d'entrée de la mode en France.

Robert Gentz Cofondateur de Zalando

Conçu pour ne fonctionner qu'à partir de sources d'énergies renouvelables, ce centre dédié aux commandes des clients hexagonaux et du Benelux devrait créer 2.000 emplois. L'annonce vient à point nommé pour l'événement « Choose France », organisé par Emmanuel Macron à Versailles lundi, auquel est convié Robert Gentz, codirecteur général de Zalando.

Un taux de pénétration encore limité en France

Opérationnel d'ici à début 2024, le site accompagnera les ambitions du groupe qui disposait jusqu'alors d'un centre logistique beaucoup plus réduit à Moissy-Cramayel. « Nous voulons devenir le point d'entrée de la mode en France. Pour gagner le coeur et l'esprit des consommateurs, nous voulons disposer de l'offre la plus appropriée et du service le plus pratique et responsable », précise Robert Gentz.

Avec l'Italie, qui a déjà deux centres logistiques dans le nord du pays, et l'Espagne qui en disposera d'un à Madrid en fin d'année, la France est le marché le plus dynamique, avec une croissance de 17 % en termes de pénétration depuis 2018. Mais seuls 6 % en moyenne des consommateurs sont clients de Zalando dans le sud de l'Europe, contre jusqu'à 20 % dans le nord de l'Union européenne.

600 partenariats avec des boutiques fin 2021

Le partenariat de distribution des plus de 300 marques de Sephora servira d'abord les clients allemands à la fin de l'année, mais il devrait rapidement doper l'empreinte de Zalando en France sur le marché premium de la beauté. Sur le front de la mode qui constitue la part du lion pour le groupe, « la France est un marché énorme où les partenariats sont d'autant plus clés que les habitudes de consommation sont en avance de phase », précise Robert Gentz.

Il souligne le dynamisme du segment de la mode d'occasion lancé en octobre en France : 69 % des clients français du groupe ont déjà acheté un vêtement d'occasion. Le groupe basé à Berlin veut aussi pousser les feux de son programme Connected Retail destiné à [étendre les services de sa plateforme d'e-commerce aux boutiques](#) traditionnelles. Depuis son lancement en avril, trois magasins français l'ont rejoint, une cinquantaine est en pourparlers et Zalando veut en compter 600 sur les 6.000 qu'il vise en Europe à la fin de l'année.

Ninon Renaud (Correspondante à Berlin)