



Depuis le 2 février, une commande sur quatre faites en France sur Zalando.fr est expédiée depuis le nouvel entrepôt de l'e-commerçant, à Moissy-Cramayel. Le site doit encore monter en puissance pour proposer à terme une livraison le jour même.



**EMBALLAGE MANUEL** ▲  
L'entrepôt n'est pas encore mécanisé. Un convoyeur doit être mis en place, notamment pour transporter les colis au poste d'emballage, cette dernière opération restant totalement manuelle.



**DÉLAIS RÉDUITS** ▲  
L'entrepôt de 20 000 m<sup>2</sup> (30 000 m<sup>2</sup> à terme) doit permettre à l'e-commerçant de livrer en France sous vingt-quatre à quarante-huit heures, contre trois à quatre jours actuellement.

# Visite du premier hub logis

« L'entrepôt de Moissy-Cramayel représente une étape supplémentaire dans le développement européen de Zalando et également un moyen de devenir une société française, a déclaré David Schröder, vice-

président de Zalando, lors de l'inauguration du premier hub logistique de l'e-commerçant dans l'Hexagone, le 9 mars. Nos services doivent s'adapter aux attentes du marché, et cela inclut notamment la livraison. Demain, nous serons en mesure de proposer une livraison le jour même sur Paris. » Avant d'arriver à un tel niveau de service, Zalando souhaite diminuer ses délais à vingt-quatre ou quarante-huit heures, contre trois à quatre jours actuellement. En effet, toutes les commandes étaient auparavant expédiées depuis l'un des quatre entrepôts allemands.

Le hub logistique français a ouvert début janvier, pour une expédition des premières commandes le 2 février. Aujourd'hui, une commande sur quatre faites en France part de Moissy-Cramayel (77). L'entrepôt reste encore en phase de rodage, avec beaucoup de place à exploiter... Zalando a dimensionné l'outil pour absorber sa future croissance sur le marché français. Les 20 000 m<sup>2</sup> seront ainsi étendus

à 30 000 m<sup>2</sup> avec l'installation de deux mezzanines. Delphine Mousseau, vice-présidente de Zalando chargée des marchés, précise que « l'entrepôt devrait atteindre son rythme de croisière sous douze mois ».

### Un stock adapté à la demande française

Le site, exploité par Arvato, dispose d'un stock ciblé sur les meilleures ventes attendues en France. Et Zalando a également mis dans ses racks des offres spécifiques à l'Hexagone, avec des marques françaises comme San Marina ou The Kooples. Les articles non présents à Moissy-Cramayel resteront expédiés d'Allemagne.

Le picking des produits est géré manuellement avec le Warehouse Management System maison. Chaque produit reçoit lors de la mise en stock un Quality Label, un code-barres qui identifie la référence dans l'entrepôt. Les racks mélangent boîtes à chaussures sur le haut des étagères et zone de penderie pour les articles sur cintres. En bas, des caisses de rangement peuvent stocker jusqu'à dix références textiles. Zalando a pris le parti d'un rangement chaotique : l'emplacement d'un produit sera fait au moment de son implantation dans l'entrepôt et changera donc d'une semaine à l'autre. Pour la préparation des commandes, l'opérateur fait son picking en suivant un chemin défini informatiquement.



#### RANGEMENT CHAOTIQUE ▲

Les références sont rangées de façon chaotique dans les racks. Cela signifie qu'un produit n'a pas de place fixe : il sera rangé dans le premier emplacement disponible.



PHOTOS: © STEPHANE SBY-BALMY/ZALANDO

#### IDENTIFICATION MAISON

Chaque référence est identifiée à son arrivée à l'entrepôt grâce à une étiquette jaune appelée QL (Quality Label). Dès lors, il est possible de suivre tout le cheminement d'un produit.

## 3,6 Mrds€

de revenu net en 2016

**165 millions**

de visites par mois sur le site

**70%** des visites se font via mobile

**66,6€** de panier moyen

**50%** de taux de retour

**20 millions**

de clients actifs

**200 000** articles disponibles

**310 000 m<sup>2</sup>**

de stockage (en surfaces cumulées, avec 4 entrepôts en Allemagne, 1 en Italie et 1 en France)

Source : Zalando

# tique français de Zalando

Dans l'ensemble, la gestion du hub reste très manuelle. Ce parti pris s'explique notamment par le souci de maîtrise des coûts. Voilà pourquoi l'e-commerçant n'a pas adopté la RFID. « Pour l'instant, le coût reste trop élevé, avec des gains trop faibles, pour justifier l'investissement, explique David Schröder. Mais cela ne signifie pas que nous n'y passerons pas, car les prix devraient baisser à l'avenir avec des usages qui vont se multiplier. »

#### Satisfait d'un taux de retour de 50 %

Des convoyeurs devraient tout de même venir s'ajouter au dispositif pour aider au transport de marchandises dans les zones de packaging et de retour marchandise. En effet, si tous les distributeurs cherchent à minimiser leur taux de retour, Zalando se montre

satisfait d'afficher un taux de 50 % ! En moyenne, les internautes ont commandé 3,48 articles en 2016, pour un panier moyen à 66,60€.

« Acheter sur le Web est encore trop vécu en France comme une contrainte, en comparaison avec des achats traditionnels en magasin, estime Delphine Mousseau. Nous voulons que le client qui hésite entre deux tailles ou deux couleurs prenne les deux pour les essayer tranquillement chez lui. En magasin, on ne rentre pas dans une cabine avec un seul article. Il pourra ensuite renvoyer facilement les produits qui ne lui plaisent pas. »

Le vendeur de mode en ligne a en effet tout fait pour gommer les obstacles à l'achat, à commencer par la barrière financière. Livraison et retours sont gratuits. L'emballage a par ailleurs été étudié pour être réutilisable. Autre service, pour les clients parisiens : Zalando s'appuie sur la start-up Stuart pour récupérer les colis à la demande chez le consommateur. Enfin, depuis le début de l'année, l'e-commerçant teste auprès de quelques clients le paiement différé. Ils disposent de quatorze jours pour se décider et ils ne sont débités que des produits qu'ils conservent. Pour Delphine Mousseau, « tous ces services concourent à créer de la proximité avec les consommateurs et à positionner Zalando comme leur "compagnon shopping" ». ■

« Cet entrepôt, le deuxième hors d'Allemagne, est une étape dans notre développement européen. Il va nous permettre de baisser nos délais de livraison et de proposer des services et une offre adaptés à la France. »

David Schröder, vice-président de Zalando



© STEPHANE SBY-BALMY/ZALANDO