

Allegro zrealizowało plan na IV kwartał, osiągając lepszy od oczekiwanego zysk w Polsce i w całej grupie

Najważniejsze wskaźniki finansowe

Wyniki skonsolidowane

- Allegro **zrealizowało wszystkie oczekiwania** na czwarty kwartał, osiągając lepszą od planowanej zyskowność na wszystkich poziomach.
- Wartość sprzedanych towarów brutto (GMV) w Grupie Allegro, czyli z uwzględnieniem działalności międzynarodowej, **wzrosła w ubiegłym roku 9,6% r/r**, zaś **skonsolidowany skorygowany zysk EBITDA zwiększył się o 17,9%** dzięki silnemu wzrostowi zysku w Polsce i rosnącej GMV na platformach poza krajem.¹
- Skonsolidowana GMV **wzrosła o 8,6% r/r** w czwartym kwartale, a skorygowany zysk EBITDA grupy **zwiększył się w tym czasie o 5,2%**.
- Liczba aktywnych kupujących w całym regionie osiągnęła poziom 21 mln**, z czego prawie 6 mln to kupujący na platformach poza Polską.

Polska

- GMV w Polsce przyspieszyła wzrost do 10,9% r/r** w czwartym kwartale, co oznacza tempo ponad trzy razy szybsze niż dynamika krajowej sprzedaży detalicznej i o 2,5pp szybsze niż rok wcześniej. Wartość wskaźnika wyniosła 17,38 mld zł.
- Przychody² z działalności w Polsce **zwiększyły się o 16% r/r** do 2,78 mld zł w czwartym kwartale, czyli blisko górnego pułapu oczekiwań. Tempo wzrostu wysokomarżowych przychodów z działalności reklamowej sięgnęło zaś **31,3% r/r**.
- Skorygowany zysk EBITDA z działalności w Polsce **wzrósł o 7,7% r/r** do 975 mln zł w czwartym kwartale, dzięki czemu **marża sięgnęła 5,61% GMV**.
- Całoroczna wartość GMV **wzrosła o 10,8%** do 60,71 mld zł, a przychody zwiększyły się o 19,4% do 9,5 mld zł. Jeszcze szybciej, bo **o 21,3% wzrósł skorygowany zysk EBITDA**, osiągając poziom 3,59 mld zł. Pozwoliło to **marży osiągnąć poziom 5,91%**, o 0.51pp wyżej r/r i powyżej celu w przedziale 5,3-5,7%.
- Lepsza od oczekiwanej zyskowność i dalsza poprawa pozycji gotówkowej pomogły obniżyć **dźwignię finansową o ponad połowę do 0,77x**, czyli poniżej dotychczasowych oczekiwań jak i nowego celu na poziomie 1,0x.
- Liczba aktywnych kupujących na Allegro w Polsce **zwiększyła się do 15,1 mln** w czwartym kwartale, a średnia wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą **przyspieszyła wzrost do 7,8% r/r** i przekroczyła poziom 4 000 zł rocznie.

¹ Allegro uwzględniło w niniejszym komunikacie prasowym alternatywne mierniki wyników, które nie są zdefiniowane w Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej. Definicje alternatywnych mierników wyników stosowanych przez Allegro można znaleźć w półrocznym sprawozdaniu zarządu Grupy, na stronach 20-22, dostępnym [pod tym linkiem](#).

² Suma przychodów ze sprzedaży i pozostałych przychodów operacyjnych.

- **Allegro Smart!** zanotował dwucyfrowy przyrost subskrypcji w czwartym kwartale, a liczba jego użytkowników i użytkowników w Polsce **przekroczyła 7 mln**. Wartość pożyczek udzielonych przez **Allegro Pay wzrosła o ponad 30% r/r do 10,8 mld zł** w całym 2024 roku, finansując w tym czasie 14% GMV.
- **Allegro One Boksy** zwiększyły wolumeny o 118% r/r in 2024 roku, obniżając koszty jednostkowe. Do końca 2025 roku, allegrowe automaty mają być tańszą opcją per paczka niż koszt najdroższego dostawcy firmy.³ **Allegro Delivery** pomaga zwiększyć zakres wolumenów zarządzanych przez Allegro dzięki sieci automatów paczkowych na poziomie 16 000 po tym jak wkrótce dołączy firma DHL.

Działalność międzynarodowa

- GMV Segmentu Międzynarodowego Allegro **wzrosła o 68% r/r** w czwartym kwartale po tym jak trzy nowe platformy Allegro poza Polską zwiększyły liczbę potencjalnych klientów i klientek grupy o 26 milionów osób. Przychody segmentu zwiększyły się o 80% r/r.
- Pierwszy świąteczny szczyt sprzedażowy Allegro uwzględniający trzy nowe platformy przełożył się na **wzrost liczby aktywnych kupujących W Czechach, na Słowacji i Węgrzech o 0,5 mln w czwartym kwartale do 3,3 mln**, czyli dwa razy tyle co rok wcześniej.
- Pula sprzedających na nowych allegrowych platformach **wzrosła o 12,3% w ujęciu kwartalnym do prawie 70 tysięcy**, a sprzedaż lokalnych sprzedających na Allegro.cz i Allegro.sk się **w tym czasie podwoiła**.
- Jest już **ponad 1 mln Smartowiczek i Smartowiczów poza Polską**. Jest to już program regionalny, który pomaga konsumentkom i konsumentom obniżyć koszty w Polsce, Czechach, na Słowacji, Węgrzech jak i w Słowenii.

Oczekiwania & Polityka Alokacji Kapitału

- Allegro przechodzi na **prezentowanie rocznych oczekiwań finansowych**. Wzrost GMV z **działalności w Polsce** oczekiwany jest w przedziale 9-11% w tym roku przy wzroście przychodów o 14-17% a skorygowanego zysku EBITDA o 8-12%. Allegro spodziewa się w tym roku zwiększenia GMV na **platformach zagranicznych** o 40-50% przy przychodach wyższych o 55-65%. Skorygowana strata EBITDA segmentu oczekiwana jest w przedziale 350-400 mln zł. **Segment MALL** powinien zakończyć rok spadkiem GMV o 55-65% r/r. Jego przychody oczekiwane są na poziomie 45-55% niższym, a skorygowana strata EBITDA ma wynieść 150-170 mln zł. Tegoroczny CAPEX spodziewany jest na poziomie 850 mln-1 mld zł w Polsce, 40-50 mln zł na platformach zagranicznych, oraz 30-40 mln zł w Segmencie MALL. Tegoroczny wzrost **skonsolidowanej** GMV oczekiwany jest na poziomie 8-11%, a przychody mają się zwiększyć o 7-11%. Wzrost skorygowanego zysku EBITDA grupy powinien wynieść 10-17%r/r, zaś skonsolidowany CAPEX szacowany jest na 920 mln-1.1 mld zł.

³ Na poziomie EBITDA.

- Wyższa zyskowność i poziom gotówki umożliwiły Allegro zaproponowanie **nowej polityki alokacji kapitału**. Napędzanie organicznego i zyskowego wzrostu pozostaje celem nadrzędnym, a **nadwyżka kapitału ma być przeznaczona na skup akcji z rynku**. Decyzje w tej sprawie będą podejmowane rok po roku na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.
 - Allegro oszacowało skalę swojego tegorocznego skupu akcji na ~1,4 mld zł. Głosowanie akcjonariuszy w tej sprawie jest planowane podczas czerwcowego Walnego Zgromadzenia.

„GMV Allegro przebiło poziom 60 mld zł w sam raz na swoje 25. urodziny. Wartość zakupów na naszej platformie wzrosła w tempie ponad trzy razy szybszym niż sprzedaż detaliczna w Polsce. Poradziliśmy sobie dobrze w całym roku finansowym. Po raz pierwszy można było w świątecznym szczyście zakupowym korzystać z oferty na naszych platformach w czterech krajach. Nasze wyniki w czwartym kwartale były albo zgodne z naszymi oczekiwaniami, albo je przekroczyły, choć było blisko w przypadku celu dla GMV w Polsce” — powiedział **Roy Perticucci, Prezes Allegro**. „W ciągu osiemnastu miesięcy Allegro uruchomiło swoje platformy w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Dzięki temu nasz docelowy rynek zwiększył się o 26 milionów potencjalnych klientów i klientek i obejmuje obecnie 63 miliony konsumentów. Na koniec 2024 roku mieliśmy 21 milionów aktywnych kupujących, z czego sześć milionów spoza Polski. Udowodniliśmy, że możemy sprawnie i niedrogo uruchamiać nasz model marketplace w nowych krajach, ale na chwilę wstrzymujemy dalsze plany w tym zakresie. Wiele się nauczyliśmy i chcemy wykorzystać nasze wnioski, by ulepszać naszą ofertę i przyspieszyć wzrost częstotliwości zakupów, zarówno na arenie międzynarodowej, jak i w Polsce. Wznowimy plan uruchamiania nowych platform, gdy tylko uznamy, że skutecznie wdrożyliśmy te zmiany i będziemy zadowoleni z rezultatów”.

Prezes dodał: „Ułatwiamy zakupy i sprzedaż wszędzie, gdzie działamy. Usprawnianie całego doświadczenia zakupowego sprawia, że klienci i klientki robią u nas zakupy coraz częściej, a lojalność kupujących to główne źródło naszego wzrostu. Znacznie uprościliśmy też zaplecze technologiczne naszych platform — klienci i klientki być mogą tego nie dostrzegać, ale to coś, co może zwiększać koszty. Generalnie z sukcesem upraszczamy naszą ofertę i obniżamy koszty. Nigdzie nie jest to bardziej widoczne niż w dostawie. Znacznie lepiej radzimy sobie z rozdzielaniem wolumenu między przewoźników, aby uzyskać jak najefektywniejszą kombinację szybkości, niezawodności i kosztów. Koszty jednostkowe naszych własnych operacji są zbliżone do tego, co płacimy innym przewoźnikom — a w niektórych przypadkach jesteśmy najtańszym wyborem. Daje nam to swobodę, by zwiększyć inwestycje w logistykę w przyszłości. Warto na nas postawić jako najlepszy wybór wśród kandydatów na pochodzącą z Europy i ogólnoeuropejską firmę e-commerce. Chcemy stać się ulubionym miejscem zakupów online na kontynencie i przyspieszamy na drodze do tego celu”.

Rynek polski: GMV przekroczyła kamień milowy, a Allegro przebija oczekiwania dotyczące rentowności

Przyspieszenie wzrostu GMV przy wyższej prowizji od sprzedaży (take rate) przełożyło się na marżę na górnym pułapie średnioterminowych aspiracji Allegro. Efektem jest wyższy od oczekiwanego wzrost skorygowanego zysku EBITDA. Najszerzy możliwy wybór dzięki wciąż powiększającej się puli ponad 163 tysięcy sprzedających przyciągnął 15,1 miliona aktywnych kupujących, którzy zwiększyli swoje średnie wydatki na najpopularniejszej platformie w Polsce w najszybszym tempie od półtora roku. Wprowadzone na początku roku zmiany w monetyzacji wsparły rentowność, co przełożyło się na marżę w wysokości 5,61% w czwartym kwartale i 5,91% w całym roku. Wraz z generowaną gotówką pomogło to Allegro zmniejszyć dźwignię finansową o ponad połowę rok do roku do 0,77x, poniżej nowego celu polityki alokacji kapitału na poziomie 1,0x.

Allegro ułatwia zakupy online, skutecznie zwiększając atrakcyjność swoich platform poprzez ulepszanie własnych marek. Są one synonimami wygodnych zakupów online wśród milionów konsumentów i konsumentek i pomagają zapewnić ich lojalność, która z kolei jest synonimem wzrostu w e-commerce'ie.

Użytkownicy **Allegro Smart!** korzystają z bezpłatnych dostaw za jedną roczną opłatą i średnio kupują 5 razy częściej niż inni, jednocześnie zwiększając sprzedającym sprzedaż 2,5 raza.

2,2 miliona użytkowników **Allegro Pay** wydaje średnio o 35% więcej na Allegro dzięki bezpiecznym i szytym na miarę pożyczkom. Allegro Pay pomogło sfinansować prawie 14% GMV Allegro w zeszłym roku, udzielając pożyczek o wartości 10,8 mld zł. Jest to poziom prawie o jedną trzecią wyższy rok do roku i porównywalny z wiodącymi polskimi bankami. Prawie 1 mld zł GMV zostało sfinansowane przez Allegro Pay w samym grudniu — najlepszym miesiącu w historii usługi. Allegro Pay niedawno poszerzyło swoją atrakcyjność, oferując użytkownikom karty Visa, których wydano już tysiące.

Allegro Delivery, kluczowa zeszłoroczna innowacja Allegro, pomogła platformie zwiększyć liczbę obsługiwanych wolumenów do prawie jednej czwartej ogólnej liczby. W ramach tego programu partnerskiego Allegro zarządza całym procesem dostawy realizowanym przez różne sieci dostawcze dla wygody klientów. Dzięki niedawnemu dołączeniu DHL do programu klienci i klientki będą mogli wybierać spośród ponad 16 tysięcy maszyn paczkowych (APMów) pod marką Allegro Delivery. Wśród nich jest ponad 4500 **Allegro One Boksów**. Allegro planuje powiększyć sieć One Boksów w Polsce o 2500 w tym roku po tym jak rosnące wolumeny obsługiwane przez maszyny Allegro jak i coraz większa ich utylizacja przełożyły się na obniżenie ich kosztów jednostkowych. Przy pełnej indeksacji cen, One Boksy będą do końca roku zapewne tańsze od najdroższego dostawcy firmy na poziomie EBITDA.

Marki Allegro uzupełniają się wzajemnie, co przełożyło się na wzrost średnich wydatków na aktywnego kupującego i kupującą w Polsce jak i na poziomie grupy. Stopniowo wdrażana produktyzacja usprawnia proces zakupowy i czyni go bardziej świadomym, a upraszczana struktura opłat na platformie ułatwia życie sprzedającym — prowizja od sprzedaży jest teraz jedyną obowiązkową opłatą na Allegro. Technologia Allegro umożliwia zatwierdzenie pożyczki Allegro Pay w mniej niż 7 sekund, co jest tylko jednym z przykładów, w jaki sposób Allegro wykorzystuje i rozwija wewnętrzne procesy uczenia maszynowego. Od modeli scoringu po

wyszukiwanie i od skuteczności zamieszczanych na platformie reklam po dokładność tłumaczeń, Allegro wykorzystuje algorytmy AI oparte na bogactwie swoich zestawów danych. Usprawniają one procesy i zwiększają zaufanie klientów. Allegro jest kluczowym kołem zamachowym polskiej gospodarki, pomagającym generować około 1% polskiego produktu krajowego brutto i z około 1% siły roboczej w Polsce dzięki wsparciu swojego łańcucha wartości. Firma chce ten pozytywny wpływ powielać w każdym kraju, w którym działa.

Rynki międzynarodowe: Nowe platformy Allegro zanotowały solidny wzrost GMV i liczby aktywnych kupujących w czwartym kwartale,

Allegro uruchomiło swoje platformy marketplace na Słowacji i Węgrzech w zeszłym roku, podwajając tym samym liczbę krajów obsługiwanych przez Allegro w ramach swojego modelu. Unikalna oferta transgraniczna przełożyła się na zwiększenie ruchu na stronach i pomogła podwoić liczbę aktywnych kupujących segmentu międzynarodowego do 3,3 mln w ujęciu rocznym. Liczba ta przekroczyła liczbę aktywnych kupujących korzystających z oryginalnych marek Grupy MALL. Ruch z przejętych platform zostanie wkrótce całkowicie przekierowany na platformy Allegro, ponieważ przekształcenie MALL w sprawnie funkcjonującego sprzedającego na Allegro zostanie sfinalizowane w tym roku. Strata segmentu MALL pomniejszyła się w czwartym kwartale w ujęciu kwartalnym i była stabilna rok do roku. Allegro spodziewa się, że w roku 2026 segment ten będzie miał już pozytywny wpływ na wyniki.

Obecnie prawie 70 tysięcy sprzedających działa na platformach Allegro w Czechach, Słowacji i na Węgrzech. Sprzedaż czeskich i słowackich sprzedawców podwoiła się w czwartym kwartale w ujęciu kwartalnym, co odzwierciedla korzyści płynące z dostępu do większych rynków, jakie oferuje Allegro. Dzięki obecności Allegro już w trzech nowych krajach, wartość GMV segmentu międzynarodowego wzrosła o 68%, a przychody wzrosły o 79,5% rok do roku w czwartym kwartale. Allegro koncentruje się teraz na zwiększaniu częstotliwości zakupów na swoich nowych platformach, a każda z nich powinna osiągnąć próg rentowności w ciągu czterech lat od uruchomienia. W ramach tego procesu Allegro stopniowo umiędzynarodawia swoje marki. Liczba płatnych subskrypcji Smart! poza Polską przekroczyła 1,3 miliona, a sieć automatów paczkowych One Box w Czechach wzrosła do ponad 500.

Komentarz finansowy:

„Allegro zakończyło rok mocnymi wynikami kwartalnymi, spełniając lub przekraczając prognozy na czwarty kwartał zarówno dla Polski, jak i na arenie międzynarodowej” — powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „Postanowiliśmy w tym roku powrócić do przedstawiania całorocznych oczekiwań, ponieważ nasza działalność międzynarodowa opiera się na bardziej przewidywalnym trendzie wzrostu. Naszym średnioterminowym celem jest kontynuacja niskiego dwucyfrowego wzrostu GMV w Polsce, utrzymując marże w przedziale podwyższonym do 5,5–5,9%. W segmencie międzynarodowym planujemy jako priorytet dokończenie transformacji Grupy MALL i przyspieszenie wzrostu GMV na naszych trzech nowych platformach marketplace w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Zarząd Allegro zaproponował też nową politykę alokacji kapitału, która zakłada kontynuację inwestycji w rentowny wzrost organiczny i utrzymania umiarkowanej dźwigni finansowej przy jednoczesnym zwrocie

nadwyżki kapitału inwestorom poprzez wykup akcji. Zamierzamy poddać taki wykup o wartości 1,4 mld zł pod głosowanie akcjonariuszy na nadchodzącym WZA”.

O Allegro

Założone w Polsce 25 lat temu, Allegro prowadzi wiodący marketplace w Europie Środkowo-Wschodniej. Grupa ma swoją siedzibę w Luksemburgu i notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie dzięki największemu IPO w historii GPW. Jako największy marketplace założony w Europie, Allegro łączy miliony kupujących z tysiącami międzynarodowych sprzedających, którzy udostępniają na platformach grupy miliony produktów. Allegro ugruntowało już swoją pozycję jako marketplace pierwszego wyboru dla konsumentów w Polsce i koło zamachowe polskiej gospodarki, pomagając generować około 1% produktu krajowego brutto (PKB) kraju jak i jego całkowitej siły roboczej. Firma chce mieć podobnie pozytywny wpływ w każdym kraju, w którym działa, chcąc być ulubionym miejscem zakupów online w Europie.