



Informacja Prasowa

## **Allegro zwiększa przychody o 28,4%, a GMV o 10,6% w II kwartale 2021 roku i kontynuuje realizację strategii rozwoju**

### **Najważniejsze parametry finansowe**

- Allegro zwiększyło wartość sprzedanych towarów (GMV) o 10,6% r/r do 10,4 mld zł w II kwartale. Firma odnotowała dynamiczny wzrost mimo porównania do wyjątkowo trudnego do pobicia kwartału z roku ubiegłego, kiedy wybuch pandemii wywołał ożywienie w zakupach online.
- Przychody wzrosły o 28,4% r/r do 1,3 mld zł, a przychody z działalności reklamowej o 39,5% r/r. Wartość wskaźnika Take Rate wzrosła o 153 pb. r/r, pozostając na stabilnym poziomie w ujęciu kwartał do kwartału.
- Liczba aktywnych kupujących wzrosła o 7,2% r/r do 13,2 mln w II kwartale, pomimo powrotu do działalności sklepów stacjonarnych po całkowitym lockdownie w poprzednim roku.
- Roczna kwota wydawana przez aktywnego kupującego wciąż rośnie i osiągnęła wysokość 2969 zł (wzrost o 29,4% r/r i o 3,1% kw/kw), a klienci doceniają naszą konkurencyjność cenową, coraz większy wybór i wygodę robienia zakupów.
- Skorygowana EBITDA, czyli zysk operacyjny przed uwzględnieniem amortyzacji oraz zysków i strat nadzwyczajnych, wyniosła 559,9 mln w II kwartale (wzrost o 23,8% r/r).
- Nakłady inwestycyjne w II kwartale wzrosły o 24,0% r/r do 7,1% przychodów z II kwartału.
- Dźwignia finansowa spadła poniżej 2x, przekładając się na spadek wysokości płatności odsetkowych w drugim półroczu 2021 roku.
- Grupa podtrzymuje swoje (podwyższone) oczekiwania ogłoszone w ramach aktualizacji prognoz w I kwartale 2021 roku dotyczące GMV, przychodów oraz skorygowanej EBITDA, nieznacznie obniżając przy tym szacowane wydatki na inwestycje.

„Drugi kwartał był wyjątkowy ze względu na to, że punktem odniesienia dla naszych wyników jest okres gwałtownego wzrostu który zanotowaliśmy krótko po wybuchu pandemii COVID-19 rok temu. Na nasze bardzo dobre wyniki z tamtego czasu wpłynęły nie tylko bezprecedensowe ograniczenia w

handlu, ale także nasza reakcja na te wyjątkowe wydarzenia, czyli np. zapewnienie bezpłatnego dostępu do programu Smart! wszystkim konsumentom. Biorąc pod uwagę efekt bazy, wspaniale jest widzieć, że nasz biznes tak dobrze się rozwija” – powiedział **Francois Nuyts, prezes Allegro**. „Od marca ubiegłego roku branża handlowa dotknięta była kilkoma lockdownami o różnym stopniu restrykcyjności. Obecnie sklepy stacjonarne zostały ponownie otwarte, a konsumenci znów mogą swobodnie decydować o sposobie spędzania czasu i miejscu robienia zakupów. Nie tylko utrzymaliśmy, ale wręcz zwiększyliśmy naszą bazę aktywnych kupujących o kolejne 7% w porównaniu z ubiegłym rokiem, a coraz większy wybór i konkurencyjne ceny spowodowały, że konsumenci wydają na naszej platformie coraz więcej. Dzięki temu po raz kolejny odnotowujemy dobre wyniki kwartalne, robiąc znaczne postępy we wszystkich obszarach biznesowych, co jest dobrym prognostykiem na przyszłość. Spodziewamy się przyspieszenia dynamiki wzrostu GMV w ujęciu rok do roku w tym półroczu względem tempa w drugim kwartale, dążąc do realizacji celów finansowych na 2021 rok. Nieustannie powiększamy nasze zespoły w całej Polsce i rekrutujemy nowe talenty. Z niecierpliwością oczekujemy pełnego uruchomienia naszej sieci automatów paczkowych i centrum logistycznego, aby w jeszcze większym stopniu zaspokajać potrzeby kupujących i sprzedających. Efektem wytężonej pracy wszystkich naszych zespołów, jest to, że Allegro pozostaje ulubionym miejscem robienia zakupów online. Nadal oferujemy sprzedawcom świetne możliwości rozwoju ich firm. Te i wiele innych ulepszeń spowodowało, że nasz wskaźnik NPS (net promotor score) przekroczył 78 pkt.”

GMV Grupy osiągnęło 10,4 mld zł w II kwartale 2021 roku (wzrost o 10,6% r/r), co przełożyło się na ponad 20,0 mld zł wartości sprzedaży brutto na platformie w pierwszym półroczu 2021 roku (wzrost o 25,2% r/r). Udało się to osiągnąć dzięki licznym usprawnieniom w ramach tzw. podstaw handlu detalicznego (wyboru, ceny, wygody – kluczowych czynników wpływających na doświadczenie klienta). Allegro rozszerzyło pakiet Smart! i zrealizowało ambitny plan innowacji, a wiele kolejnych udoskonaleń jest w realizacji. Przychody wyniosły 1,3 mld zł w II kwartale 2021 roku (wzrost o 28,4% r/r), przy czym w segmencie marketplace odnotowano wzrost o 29,4% r/r, który ma największy udział w przychodach ogółem, wynoszący niemal 83%. Wyniki z działalności reklamowej Allegro rosły w tempie znacznie przewyższającym wzrost GMV – o 39,5% r/r w II kwartale, stanowiąc blisko 9% przychodów Grupy w tym okresie, w porównaniu z 8% w poprzednim roku. Jednocześnie wskaźnik *take rate* wzrósł o 153 pb. w II kwartale w ujęciu rok do roku, kształtując wyniki kw/kw na poziomie 10,46% GMV. eBilet, spółka zależna Allegro, wznowiła sprzedaż biletów po ponownym uruchomieniu imprez masowych w II kwartale, ponownie przyczyniając się do osiągnięcia coraz lepszych wyników przez Grupę.

„Odnotowujemy dalszy wzrost kluczowych wskaźników i to pomimo tego, że w ubiegłym roku wzmożony ruch w sieci i nasze wsparcie dla kupujących i sprzedających przełożyło się na wzrost dynamiki GMV do 71,5% w drugim kwartale 2020” – powiedział **Jon Eastick, dyrektor finansowy Allegro**. „Dzisiejsze wyniki udowadniają, że nasza strategia zakładająca nieustanne inwestowanie w jakość obsługi klienta, a także pakiet Smart!, Allegro Pay i wiele innych innowacji powstałych z myślą o kupujących i sprzedających pozwoliły nam utrzymać znaczną część dodatkowego popytu ze strony

kupujących wykreowanego po wybuchu pandemii COVID-19 i dobrze przygotowały nas na drugie półrocze 2021 roku. W drugim kwartale przychody wciąż rosły szybciej od GMV, przy utrzymaniu stabilnego poziomu wskaźnika *take rate* w ujęciu kwartał do kwartału i wysokim popycie na nasze usługi reklamowe, co przełożyło się na wzrost kwartalnych przychodów o 28,4% do 1,3 mld zł. Skorygowana EBITDA wzrosła w drugim kwartale o 23,8% r/r, a my kontynuujemy inwestowanie w rozwój dostaw, marketing i rekrutację, czemu towarzyszy miarowy wzrost tego wskaźnika. Niższa dźwignia, obecnie poniżej dwukrotności EBITDA, spowodowała wzrost zysku netto o 60% r/r za II kwartał i niemal podwoiła się w ciągu półrocza do 565,5 mln zł. Wyniki te nie tylko przekonują do podtrzymania naszej prognozy na 2021 rok, którą wcześniej podnieśliśmy po pierwszym kwartale, ale także zachęcają do kontynuowania aktywnego inwestowania w rozwój działalności”.

Podobnie jak w I kwartale, współfinansowanie i monetyzacja dostaw pozostają silnymi czynnikami wzrostu wartości wskaźnika *take rate* do 10,46% po II kwartale, przy stabilnej dynamice kwartał do kwartału i wzroście o 153 pb. r/r, bez znaczących zmian w prowizjach wprowadzonych w kwartale. Allegro po raz kolejny udowadnia, że jest najważniejszą przestrzenią dla firm handlowych, zwłaszcza dla małych i średnich lokalnych sprzedawców. W II kwartale liczba ofert opublikowanych przez sprzedawców wzrosła o połowę w ujęciu rocznym, a grupa intensywnie inwestuje w rozwój platformy marketplace z myślą o nich. Obejmuje to wzrost wydatków na darmowe dostawy o 32% r/r, wzrost wydatków na marketing o 40% r/r<sup>1</sup> oraz zwiększenie zatrudnienia o 29% r/r. W miarę inwestowania, skorygowana EBITDA wzrosła o 23,8% r/r do 560 mln zł za II kwartał i o 35,6% r/r do 1096 mln zł za I półrocze 2021 roku. Grupa potwierdza swoje roczne prognozy, przewidując wzrost GMV o kilkanaście do dwudziestu kilku procent w całym bieżącym roku, wzrost przychodów o nieznacznie powyżej trzydziestu procent oraz wzrost Skorygowanej EBITDA o nieco poniżej do nieco powyżej dwudziestu procent. Jednocześnie obniża prognozy dotyczące nakładów inwestycyjnych w tym roku do przedziału 475–525 mln zł z dotychczasowych 560–600 mln zł.

## Najważniejsze informacje biznesowe

### Podstawy handlu detalicznego

- Wybór dla konsumentów ciągle rośnie. Liczba ofert wzrosła w ujęciu rok do roku o ok. 50%, a na platformę weszły nowe marki i sprzedawcy, tacy jak Julia, Kontigo, CD Projekt RED Gear czy Time Trend.
- Klienci wciąż mogą liczyć na najbardziej atrakcyjne ceny w porównaniu z konkurencją online, a program Allegro Ceny staje się coraz bardziej popularny.
- Z platformy korzysta się coraz wygodniej – uproszczono Program Ochrony Kupujących, zapewniający niezrównane bezpieczeństwo transakcji. Obsługa klienta jest jeszcze sprawniejsza, dzięki wdrożeniu zautomatyzowanych rozwiązań CX, takich jak chatboty.

---

<sup>1</sup> Również po skorygowaniu o 71,7 mln zł kosztów dostawy związanych z korzystaniem na próbę z darmowego pakietu Smart!, przewidzianych w wydatkach na marketing w II kwartale 2020 roku.

- Allegro ma jeden z najwyższych wskaźników w branży - NPS obsługi klienta osiągnął poziom 78,5 pkt.

### **Jakość dostaw**

- Szybkie dostawy nabierają tempa, a udział paczek dostarczanych w następnym dniu roboczym rośnie wraz z przyspieszaniem wysyłki przez sprzedawców, między innymi dzięki inicjatywom takim, jak nasz Program Szybkich Dostaw. Oferty z szybką dostawą są teraz jeszcze łatwiejsze do odnalezienia, dzięki wyróżnieniu ich na platformie.
- Trwają testy Allegro Fulfilment – zakończono rekrutację kluczowych pracowników, a pilotaż przy udziale wybranych sprzedawców zaplanowano na III kwartał.
- W II kwartale wdrożono pierwsze automaty paczkowe, a rozpoczęcie dostaw zaplanowano na jesień. Design automatów paczkowych i zastosowane ekologiczne rozwiązania spotkały się z pozytywnym przyjęciem.
- U uruchomiono kontrolowaną przez Allegro usługę nadawania i odbioru przesyłek w 600 salonach prasowych Kolportera na terenie całego kraju.

### **Pakiet Smart!**

- Program lojalnościowy Smart! wciąż się rozwija, przyciągając jeszcze więcej konsumentów.
- Niemal 100% ofert Smart! obejmuje opcję darmowej dostawy kurierem pod wskazany adres.
- Promocja Smart! Na Start wprowadzona w I kwartale 2021 roku została przedłużona, po tym jak wstępne wyniki wykazały wysoką konwersję na płatny abonament wynoszącą 50%. W ramach promocji udostępnianych jest 5 darmowych dostaw w ciągu 12 miesięcy, dzięki którym kupujący mogą wypróbować wszystkie korzyści pakietu Smart!.
- Allegro Family wystartowało 15 lipca, czyniąc rodzinne zakupy na Allegro jeszcze łatwiejszymi. Członkowie rodziny będą mogli, na przykład, dzielić się korzyściami pakietu Smart! i pomagać sobie w zakupach.
- Allegro rozpoczęło instalację swoich „zielonych” automatów paczkowych w polskich miastach, a dostawy do nich mają ruszyć jesienią. Zaprojektowano je tak, aby lepiej pasowały do swojego otoczenia. W ich konstrukcji wykorzystano ekologiczne rozwiązania. Dostosowano je również do potrzeb różnych grup klientów, w tym osób niepełnosprawnych.

### **Nowe strumienie przychodów**

- Fintech Allegro Pay cieszy się coraz większą popularnością, a kwota udzielonych pożyczek sięgnęła 347 mln zł w II kwartale (wzrost o 95% kw/kw). Użytkownicy chwalą rozwiązania za prostotę i wygodę, co potwierdza wzrost wskaźnika NPS do 89 pkt.
- Allegro Biznes™, część skierowana do klientów B2B, w dalszym ciągu odnotowuje lepsze wyniki od całego segmentu marketplace – kupujący chwalą szeroki wybór, szybkość robienia

zakupów i bezpieczeństwo transakcji, a liczba ofert B2B z rabatami B2B podwoiła się od momentu uruchomienia platformy.

- Allegro kontynuuje realizację planów ekspansji poza Polskę. Łącznie ponad 35 mln ofert umożliwia obecnie eksport do UE, a sprzedawcy mogą wysyłać towary na terenie UE za pośrednictwem współpracującej z Allegro, zintegrowanej firmy logistycznej.
- Wraz z ponownym otwarciem branży muzycznej i powrotem wydarzeń na żywo (Męskiego Grania, festiwalu Pol'and'Rock oraz koncertów w ramach umów na wyłączność z czołowymi polskimi artystami – Zalewskim, Brodką, Wieniawą i Kayah) wznowia działalność eBilet, zwiększając dynamikę wzrostu GMV.

## Pożądaný pracodawca

- Zatrudnienie w Allegro.eu wzrosło do ponad 3750 pracowników, a w drugim półroczu 2021 roku trwa rekrutacja na kolejne 950 stanowisk w obszarach rozwoju oprogramowania, biznesu, obsługi klienta i logistyki.
- Pomimo przedłużającej się pandemii firma utrzymuje niezwykle wysoki poziom zaangażowania przekraczający 70%, zgodnie z corocznym badaniem zaangażowania pracowników w 2021 roku. Niezmiennie towarzyszy mu bardzo wysoka frekwencja.
- Nieustannie inwestujemy w poprawę warunków pracy – nowe biuro w Krakowie jest już otwarte, a zespoły z Poznania i Warszawy jesienią zaczną przenosić się do nowych lokalizacji, zapewniających nowoczesną powierzchnię biurową.

## Wybrane wyniki operacyjne i finansowe Allegro.eu

	H1 2021	H1 2020	Zmiana w %	Q2 2021	Q2 2020	Zmiana w %
<b>Rachunek zysków i strat, w mln zł</b>						
<b>GMV (w mln zł)</b>	20.036,1	16.006,5	25,2%	10.439,7	9.437,0	10,6%
<b>Przychody</b>	2.518,3	1.770,1	42,3%	1.308,1	1.019,0	28,4%
<b>EBITDA</b>	1.075,0	788,6	36,3%	547,6	438,4	24,9%
<b>Skorygowana EBITDA</b>	1.095,6	808,0	35,6%	559,9	452,4	23,8%
<b>Zysk/strata netto</b>	565,5	289,7	95,2%	295,9	185,0	59,9%

## O Grupie Allegro

Allegro jest platformą pierwszego wyboru dla polskich konsumentów, osiągającą wysoki wzrost przychodów, rentowność i przepływy pieniężne przy dużej skali działalności. Grupa prowadzi wiodącą platformę handlową typu marketplace w Polsce, jaką jest Allegro.pl, oraz porównywarkę cenową Ceneo.pl. Jako najbardziej rozpoznawalna marka e-commerce i największy podmiot

prowadzący działalność w branży handlu detalicznego artykułami niespożywczymi w Polsce pod względem GMV, Allegro.pl jest również jednym z 10 największych portali e-commerce na świecie oraz należy do 100 największych portali internetowych na świecie pod względem miesięcznej liczby wizyt.<sup>2</sup> Sprzedaż realizowana przez firmy za pośrednictwem platformy e-commerce typu marketplace Allegro.pl obejmuje następujące kategorie produktowe: elektronika, dom i ogród, sport i turystyka, produkty dla dzieci, motoryzacja, moda i obuwie, zdrowie i uroda, książki, multimedia, kolekcje i sztuka oraz supermarket. Platforma Allegro.pl umożliwia sprzedaż nowych produktów przede wszystkim firmom prowadzącym działalność w formule biznes-klient i przyciąga średnio 21 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 66% mieszkańców Polski w wieku 16 lat lub więcej oraz 78% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce.

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt do:

Marcin Gruszka – dyrektor komunikacji

+48 790 300 020 | [press@allegro.eu](mailto:press@allegro.eu)

Michał Kuzawiński – dyrektor ds. relacji inwestorskich

+48 660 611 118 | [IR@allegro.eu](mailto:IR@allegro.eu)

---

<sup>2</sup> Źródło: SimilarWeb