

Allegro przyspiesza tempo wzrostu rentowności i kontynuuje międzynarodowy rozwój

Najważniejsze wskaźniki finansowe

- **Wzrost wartości sprzedanych towarów brutto (GMV) w Polsce przyspieszył do 10% r/r** w pierwszym kwartale, ponownie przewyższając dynamikę sprzedaży detalicznej. Wskaźnik zwiększył się do 13,6 miliarda zł.
- **Przychody¹ z działalności w Polsce wzrosły o 21,8% r/r** do 2,1 mld zł w ciągu pierwszych trzech miesięcy roku dzięki rosnącemu GMV oraz ciągłej poprawie prowizji od sprzedaży (take rate) i przychodów z działalności reklamowej.
- Nieustanna kontrola kosztów i monetyzacja **przyspieszyły tempo wzrostu skorygowanego zysku EBITDA z działalności w Polsce do 36,6% r/r** w pierwszym kwartale. Zysk ten wyniósł 820 mln zł, uwalniając kolejne środki na dalszy rozwój.²
- Silny wzrost rentowności i efekt wprowadzenia pobierania prowizji od sprzedających u źródła **poprawiły pozycję gotówkową Allegro i pomogły obniżyć dźwignię finansową firmy do 1,4x**, czyli połowę tego co rok wcześniej.
- Nieustannie rosnąca liczba ofert w świetnych cenach zwiększa lojalność klientów i częstotliwość zakupów. **Liczba aktywnych kupujących na Allegro w Polsce wzrosła ósmy kwartał z rzędu**, osiągając poziom 14,8 mln na koniec marca. Średnia **wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą zwiększyła się zaś o 5,8% r/r** do 3 790 zł rocznie.
- **Allegro Smart! jest już regionalnym programem lojalnościowym**, obniżającym koszty dostaw konsumentom w Polsce, Czechach i na Słowacji, jak również w Słowenii dla kupujących na Mimovrste. Na rynkach zagranicznych Allegro ma już ponad 520 tysięcy beneficjentów programu, natomiast liczba Smartowiczów w Polsce przekroczyła w maju 6 milionów.
- **Wartość GMV sfinansowanego za pomocą Allegro Pay wyniosła 2,1 mld zł**, czyli 14,4% całości w pierwszym kwartale. Allegro rozwija swoją ofertę fintechową testując usługę cashbackową Allegro Cash.
- **Platforma Allegro.sk z sukcesem wystartowała na Słowacji**, debiutując niecały rok po Allegro.cz w Czechach i za jedną piątą kosztu czeskiej premiery. Allegro kontynuuje stopniowy międzynarodowy rozwój i już może się pochwalić rekordową liczbą **19,9 miliona aktywnych kupujących** w regionie.
- **Skonsolidowana wartość GMV**, uwzględniająca działalność międzynarodową Allegro, **zwiększyła się o prawie 9% r/r**, a **skorygowany zysk EBITDA grupy przyspieszył wzrost do 33%**.

¹ Suma przychodów ze sprzedaży i pozostałych przychodów operacyjnych.

² 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 stronie 15-17, dostępnym pod adresem <https://about.allegro.eu/financial-results>.

- W drugim kwartale 2024 roku Allegro oczekuje wzrostu GMV **z działalności w Polsce** w przedziale 10-11% r/r, przy wzroście przychodów o 22-24% i skorygowanego zysku EBITDA o 26-29% r/r. Przewidywana wartość GMV **działalności międzynarodowej** wzrośnie w drugim kwartale o 3-6% r/r, przychody będą o 21-25% niższe r/r, a skorygowana strata EBITDA ma wynieść 130-150 mln zł. Wydatki inwestycyjne szacowane są na 140-150 mln zł w Polsce i 25-35 mln zł za granicą. W efekcie, wzrost GMV **skonsolidowanej grupy** oczekiwany jest w zakresie 9-10% r/r w drugim kwartale, a przychodów w przedziale 11-14% r/r. Skorygowany zysk EBITDA całej grupy powinien być o 22-27% wyższy r/r, zaś skonsolidowany CAPEX spodziewany jest na poziomie 165-185 mln zł.

„Jesteśmy mocni w Polsce i coraz silniejsi za granicą po udanym starcie Allegro.sk na Słowacji. Obecnie mamy już 20 milionów aktywnych kupujących w całym regionie, z czego ponad 5 milionów poza Polską. I nie powiedzieliśmy ostatniego słowa. Dzięki Allegro.cz i Allegro.sk zwiększyliśmy pulę naszych potencjalnych klientek i klientów o łącznie około 16 milionów, a uruchamiając nasze platformy w 5 nowych krajach, w których już działamy, zamierzamy prawie podwoić 38-milionową bazę potencjalnych klientów, którą mamy w Polsce,” powiedział **Roy Perticucci, prezes Allegro**. „Allegro.sk wystartowało mniej niż rok po debiucie Allegro.cz, ponieważ dzięki czeskiej platformie zyskaliśmy świetny podręcznik dla kolejnych międzynarodowych wdrożeń. Nasz model ekspansji nie angażuje znacznych aktywów, co oznacza coraz niższe inwestycje kapitałowe z każdą nową platformą przy jednoczesnym zwiększaniu zasięgu i generowaniu nowego GMV. Każda uruchamiana przez nas platforma z miejsca daje lokalnym konsumentom dostęp do największej oferty na ich rodzimym rynku, oferując jednocześnie sprzedającym nowe możliwości dotarcia do szerszej grupy odbiorców. Chcemy nadal rozwijać nasz marketplace, zwiększając lojalność klientek i klientów dzięki bezpiecznym i łatwym zakupom. Jednocześnie budujemy nowe źródła wzrostu w reklamie i ofercie fintechowej, aby poszerzać nasz potencjał. Dbamy również o marżę w długim terminie poprzez rozbudowę oferty tanich dostaw, inwestycje w zaawansowaną technologię i zarządzanie produktywnością”.

Rynek polski: Allegro spełnia oczekiwania finansowe, wciąż zwiększając wygodę zakupów i sprzedaży na najpopularniejszej platformie online w kraju

Allegro spełniło lub przekroczyło wszystkie swoje oczekiwania finansowe na pierwszy kwartał na rodzimym rynku, na którym generuje 95% biznesu. Platforma w dalszym ciągu jest najpopularniejszym miejscem zakupów - liczba aktywnych kupujących w Polsce osiągnęła poziom 14,8 mln, a ich średnie roczne wydatki były w pierwszym kwartale o 5,8% wyższe rok do roku. Kupujące i kupujący mogą wybierać spośród 445 mln ofert na blisko 130 mln produktów od ponad 150 tys. sprzedających. Allegro Smart! to już program regionalny i wraz z Gwarancją Najniższej Ceny, Allegro Protect czy Allegro Pay tworzą zestaw marek, które stały się synonimem wygodnych i niedrogich e-zakupów, wspierając się wzajemnie jako dźwignie popytu oraz lojalności klientek i klientów. Wartość pożyczek udzielonych za sprawą Allegro Pay, fintechowej gałęzi Allegro, wzrosła o 27% r/r do 2,1 mld zł w I kwartale, finansując 14,4% GMV platformy. Allegro Pay ma nowego partnera finansowego - Banco Santander, a Allegro Cash - nowe konto depozytowe typu cashback dla konsumentów - jest już w trybie testowym. Wszystkie te innowacje są na wyciągnięcie ręki dzięki aplikacji Allegro, najpopularniejszej apce zakupowej w Polsce.

Grupa w dalszym ciągu podnosi atrakcyjność dostaw poprzez zwiększanie własnych możliwości i współpracę z partnerami logistycznymi. One Kurier poszerza swój zasięg, a stopień wykorzystania automatów paczkowych One Box systematycznie się zwiększa. DPD będzie teraz realizować dostawy również do One Boksów i One Punktów, a nowa 7-letnia umowa z Ruchem obejmuje dostawy do sieci Orlen Paczki, a także One Boksów i One Punktów. Wraz z niedawnym aneksem do wieloletniej umowy z InPostem, wiążącym poziom cen z wolumenem, porozumienia te wpisują się w plan skalowania i dywersyfikacji metod dostaw dostępnych dla kupujących na Allegro.

Polscy konsumenci wykazują coraz większą chęć do robienia zakupów i w dalszym ciągu to właśnie Allegro nagradzają swoim zaufaniem, gdy kupują online. Najbogatszy wybór na rynku przełożył się więc na przyspieszenie wzrostu GMV Allegro w Polsce do 10% r/r w pierwszym kwartale, czyli tempa ponownie mocniejszego niż nominalna sprzedaż detaliczna w kraju. Konsumenci doceniają bezpieczne i łatwe zakupy na Allegro, a wzrost GMV w kluczowych kategoriach Supermarket oraz Zdrowie i Uroda przewyższył średnią o 1,5-2,0x. Sprzedający i marki chcą skorzystać z zainteresowania milionów klientów, co z kolei pomogło Allegro zwiększyć przychody z reklam w Polsce o 26% r/r w pierwszym kwartale. Wszystkie te czynniki wraz z wyższą średnią prowizją od sprzedaży stoją za wzrostem skorygowanego zysku EBITDA o prawie 37% w skali roku, co wpłynęło na wzrost marży i obniżenie dźwigni finansowej.

Rynki międzynarodowe: Allegro.sk idzie w ślady Allegro.cz

Allegro oferuje obecnie najszerszy dostępny wybór zarówno w Polsce, Czechach jak i na Słowacji. Klienci we wszystkich trzech krajach korzystają już ze Smarta!, Gwarancji Najniższej Ceny na setki tysięcy ofert, oraz szerokiego wyboru metod dostawy lokalnej i transgranicznej. Allegro.sk wystartowało na Słowacji w marcu z aż 100 milionami ofert, czyli z ofertą 10 razy większą niż jakkolwiek inny e-sklep na rynku. Allegro.sk i Allegro.cz w Czechach mają łącznie ponad 2 miliony aktywnych kupujących, z czego 1,3 miliona to nowi klienci w grupie. Allegro ma już ponad 520 000 zagranicznych Smartowiczów! – o jedną trzecią więcej niż kwartał wcześniej – a ponad 45 tysięcy sprzedających, czyli o 20% więcej w ujęciu kwartalnym, działa na Allegro.cz i Allegro.sk, łącznie z przejętymi przez Allegro lokalnymi markami MALL i CZC.

Allegro stopniowo przekształca MALL i CZC w dochodowych sprzedających na Allegro. Wyniki tych marek przełożyły się na większy od oczekiwanego przez Allegro spadek GMV i przychodów w Segmencie International w ujęciu rocznym, ale ich stopniowa transformacja i uruchomienie nowych platform przełożyły się z kolei na niższą niż oczekiwano skorygowaną stratę EBITDA tego segmentu. Allegro będzie w dalszym ciągu wdrażać swój model ekspansji, który nie angażuje wielkich aktywów. Każda nowa platforma w nowym kraju będzie kosztować mniej, jednocześnie zwiększając zasięg i GMV.

„Allegro dobrze rozpoczęło rok, a GMV w Polsce przyspieszyło tempo wzrostu do 10% r/r w pierwszym kwartale. Lepsza monetyzacja w połączeniu z bieżącymi inicjatywami w zarządzaniu kosztami wciąż procentują, pomagając napędzać wzrost skorygowanego zysku EBITDA do prawie 37% r/r w pierwszych trzech miesiącach roku, które zwykle są spokojnym

sezonem dla branży,” powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „W pierwszym kwartale inwestowaliśmy w możliwości dostaw jak i dywersyfikację ich metod oraz pozyskaliśmy Banco Santander jako drugiego partnera finansującego Allegro Pay. Zakończyliśmy także przejście na pobieranie prowizji od sprzedających u źródła, co w połączeniu z wysoką rentownością i przepływami pieniężnymi obniżyło dźwignię finansową grupy do 1,4x”.

O Allegro

Założone w Polsce prawie 25 lat temu, Allegro prowadzi obecnie wiodący marketplace w Europie Środkowo-Wschodniej, celując w pozycję platformy e-commerce pierwszego wyboru dla europejskich konsumentów. Grupa ma swoją siedzibę w Luksemburgu i notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie dzięki największemu IPO w historii GPW. Jak największy marketplace założony w Europie, Allegro łączy miliony kupujących z tysiącami międzynarodowych sprzedających, którzy udostępniają setki milionów ofert, dzięki ugruntowanemu już statusowi najwygodniejszej platformy zakupowej. Model marketplace Allegro opiera się na umożliwianiu sprzedaży głównie nowych produktów, w szczególności w formie business-to-customer, dając europejskim konsumentom łatwy dostęp do ofert obejmujących różne kategorie, w tym elektronikę, Dom i ogród; Sport i turystyka; produkty dla dzieci; motoryzacja; Moda i obuwie; Zdrowie i uroda; Książki; Media, czy Kolekcje i sztuka.