

## Wyniki Allegro za Q3 zgodne z oczekiwaniami. Grupa przygotowuje się na świąteczny szczyt zakupowy z platformami już w czterech krajach regionu

### Najważniejsze wskaźniki finansowe

#### Wyniki skonsolidowane

- **Wartość sprzedanych towarów brutto (GMV) w Grupie Allegro**, czyli z uwzględnieniem działalności międzynarodowej, **wzrosła o prawie 10% r/r** w trzecim kwartale, czyli blisko górnego pułapu oczekiwań. **Skonsolidowany skorygowany zysk EBITDA lekko przekroczył oczekiwania wzrostem o 8,6% r/r.**<sup>1</sup>
- **Liczba aktywnych kupujących w całym regionie wzrosła do 20,5 mln**, z czego ponad 5,5 mln to kupujący na platformach poza Polską.

#### Polska

- **GMV w Polsce wzrosła o 10,8% r/r**, czyli w tempie ponad **pięć razy szybszym niż dynamika krajowej sprzedaży detalicznej**. Wartość wskaźnika wyniosła 14,7 mld zł w trzecim kwartale, ponownie udowadniając, że Allegro jest pierwszym wyborem dla zakupów online w Polsce.
- **Przychody<sup>2</sup> z działalności w Polsce zwiększyły się o 17,1% r/r** do 2,29 mld zł w trzecim kwartale przy przekraczającym 30% tempie wzrostu przychodów z działalności reklamowej.
- **Skorygowany zysk EBITDA z działalności w Polsce wzrósł o 13,5% r/r** — nieco lepiej od oczekiwań — do 883 mln zł w trzecim kwartale. Dzięki temu **marża sięgnęła 6% GMV**, ponownie **powyżej średnioterminowych oczekiwań** Allegro na poziomie 5,3-5,7%.
- Kontrola kosztów i dalsza poprawa pozycji gotówkowej **pomogły obniżyć dźwignię finansową firmy do 0,95x** z 2,2x rok wcześniej.
- Najszerza oferta w świetnych cenach przekłada się na lojalność klientek i klientów. **Liczba aktywnych kupujących na Allegro w Polsce przekroczyła 14,9 mln** w trzecim kwartale, a średnia **wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą przyspieszyła wzrost do 6,8% r/r**, osiągając poziom 3 950 zł rocznie.
- Od startu w 2018 roku program Allegro Smart! pomógł **ponad 6 mln swoich użytkowników i użytkowników zaoszczędzić >13 mld zł** dzięki darmowym dostawom.
- **Allegro Pay ma ponad 2 mln użytkowników i użytkowników** i właśnie poszerza

<sup>1</sup> 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 14-16, dostępnym [pod tym adresem](#).

<sup>2</sup> Suma przychodów ze sprzedaży i pozostałych przychodów operacyjnych.

swoją ofertę produktową o **kartę płatniczą Visa**, która pozwoli na korzystanie z Allegro Pay także poza platformą. Wartość pożyczek udzielonych przez fintechowe ramię Allegro **wzrosła o 33% do 2,7 mld zł** w trzecim kwartale, finansując w tym czasie 14,2% GMV.

### Działalność międzynarodowa

- W Czechach i na Słowacji jest już łącznie **ponad 2,8 mln aktywnych kupujących**, z czego 2 miliony to nowi klienci i klientki grupy. **Allegro.hu wystartowało** na Węgrzech jedynie pół roku po Allegro.sk na Słowacji, dając węgierskim konsumentkom i konsumentom dostęp do najszerzej na rynku selekcji.
- Pula sprzedających na allegrowych platformach w Czechach i na Słowacji **wzrosła o 13% w ujęciu kwartalnym do ponad 60 tysięcy**, a sprzedaż lokalnych sprzedających na Allegro.cz i Allegro.sk **zwiększyła się o 40% kw/kw**.
- Jest już **ponad 900 tysięcy Smartowiczek i Smartowiczów w Czechach i na Słowacji** na koniec trzeciego kwartału. Jest to już **program regionalny**, który pomaga konsumentkom i konsumentom obniżyć koszty w Polsce, Czechach, na Słowacji, Węgrzech jak i w Słowenii.
- Nowe platformy **poszerzyły pulę potencjalnych klientek i klientów Allegro łącznie o prawie 26 mln**. Uruchomienie kolejnych platform W Słowenii i Chorwacji doda 6 mln kolejnych.

### Oczekiwania

- W czwartym kwartale 2024 roku Allegro oczekuje wzrostu GMV z **działalności w Polsce** w przedziale 11-13% r/r, przy wzroście przychodów o 13-16% i skorygowanego zysku EBITDA o 4-7% r/r. Przewidywana wartość GMV **działalności międzynarodowej** ma spaść w tym czasie o 25-28% r/r. Efekt dalszego ograniczania przynoszącej straty części sprzedaży Grupy MALL przeważa nad efektem organicznych wzrostów na nowych platformach, czego skutkiem będzie spodziewany spadek przychodów z działalności międzynarodowej o 48-52% r/r w czwartym kwartale. Skorygowana strata EBITDA z działalności za granicą ma natomiast wynieść 210-230 mln zł. Wydatki inwestycyjne szacowane są na 170-180 mln zł w Polsce i 30-40 mln zł poza krajem. W efekcie, wzrost GMV **skonsolidowanej grupy** oczekiwany jest w zakresie 8-10% r/r w czwartym kwartale, a przychody spodziewane są w przedziale -2% do +2% r/r. Skorygowany zysk EBITDA całej grupy powinien być o 2-6% niższy r/r, zaś skonsolidowany CAPEX spodziewany jest na poziomie 200-220 mln zł.

„W przyszłym miesiącu Allegro skończy 25 lat i cieszę się, że możemy świętować kolejne kroki na drodze do celu, jakim jest stanie się ulubioną platformą zakupów online. Sukcesywnie wdrażamy nasz model marketplace już w czterech krajach Europy Wschodniej, a to nie koniec” – powiedział **Roy Perticucci, Prezes Allegro**. „W ciągu osiemnastu miesięcy Allegro uruchomiło platformy na trzech nowych rynkach. Miliony nowych konsumentek i konsumentów

już u nas kupują, a tysiące lokalnych sprzedawców rozwijają na Allegro swoje biznesy. To dowodzi elastyczności naszego modelu. Allegro obsługuje obecnie 20,5 miliona aktywnych kupujących w całym regionie, udrażniając i ułatwiając e-commerce wszędzie tam, gdzie działamy”.

Prezes dodał: „W miarę jak Allegro poszerza swój zasięg, koncentruje się na budowaniu solidnych fundamentów pod dalszy wzrost. W naszym biznesie oznacza to przełożenie stale rosnącej selekcji ofert na zwiększoną częstotliwość zakupów. Cel ten leży u podstaw wszystkiego, co robimy: od produktyzacji, przez łatwość wyszukiwania, po wygodę zakupów i zaufanie konsumenckie. Już wkrótce będziemy w całej grupie korzystać ze wspólnej platformy technologicznej, co m.in. pomoże jeszcze lepiej skoordynować wszystkie wewnętrzne procesy. Chcemy się rozwijać poprzez usuwanie wszelkich barier w kupowaniu i sprzedawaniu, a nasz model marketplace to najlepszy na to sposób. Dążymy jednocześnie do zapewnienia efektywnej logistyki lokalnie i międzynarodowo oraz rekrutujemy najlepsze talenty wszędzie tam, gdzie jesteśmy obecni. Nie ma lepszego czasu, aby udowodnić naszą siłę i niezrównany wybór, jaki dajemy, niż w sezonie bożonarodzeniowym. Jesteśmy na to gotowi z platformami Allegro działającymi w Polsce, Czechach, Słowacji i na Węgrzech. Przygotowujemy się też do uruchomienia platform w Słowenii i Chorwacji, co powinno nastąpić w nadchodzących kwartałach”.

### **Rynek polski: Allegro spełniło oczekiwania, utrzymując marże powyżej celów średnioterminowych**

Allegro spełniło wszystkie swoje oczekiwania finansowe dotyczące działalności w Polsce w trzecim kwartale, osiągając wzrost skorygowanego zysku EBITDA nieznacznie powyżej planowanego przedziału. Rosnąca baza prawie 15 milionów aktywnych kupujących w Polsce korzysta na milionach atrakcyjnych ofert od ponad 157 tysięcy sprzedających na Allegro. Średnia wartość GMV na aktywnego kupującego przyspieszyła wzrost rok do roku do 6,8% w trzecim kwartale, co jest najszybszym tempem od roku. Przyczyniło się to znacznie do wzrostu ogólnego GMV platformy o 10,8% rok do roku w Polsce — tempa ponad pięciokrotnie szybszego niż nominalna sprzedaż detaliczna w kraju w tym czasie. Jednocześnie kategorie priorytetowe — Supermarket oraz Zdrowie i Uroda — rozwijały się prawie dwa razy szybciej niż ogólny GMV w trzecim kwartale. Skorygowany zysk EBITDA z działalności w Polsce wzrósł o 13,5% rok do roku, napędzany zmianami w zakresie monetyzacji wprowadzonymi na początku roku. Dzięki temu marża GMV Allegro utrzymała się na wyższym od średnioterminowych oczekiwań poziomie 6%, co pomogło obniżyć dźwignię finansową grupy poniżej 1x w porównaniu z 2,2x rok wcześniej.

Wzrost w e-handlu wynika z lojalności klientów, którą Allegro buduje dzięki swoim markom i programom, mającym na celu ułatwianie zakupów online. Allegro Smart! pomogło już swoim użytkownikom zaoszczędzić łącznie ponad 13 miliardów złotych na dostawach, jednocześnie zwiększając sprzedaż, a fintechowe ramię grupy — Allegro Pay — pomogło sfinansować 14,2% całkowitej wartości GMV w samym tylko trzecim kwartale. Marki te stały się już synonimem

wygodnych zakupów online wśród milionów beneficjentów. Allegro Smart! jest teraz dostępne już na ponad 220 milionach ofert, a Allegro Pay właśnie zaoferowało swoją pierwszą kartę płatniczą Visa, która umożliwia korzystanie z Allegro Pay poza platformą. Allegro Delivery to kolejny przykład tego, jak Allegro patrzy z perspektywy konsumentki i konsumenta, projektując świetne doświadczenia zakupowe. Ta innowacyjna usługa skupia możliwości różnych partnerów logistycznych Allegro w jednym miejscu dla wygody konsumenta. Decyzja o wyborze przewoźnika sprowadzona jest do jednego interfejsu, w którym klientki i klienci muszą jedynie wybrać między preferowanym automatem lub dostawą do domu. Umożliwia to jeszcze bardziej efektywną współpracę w logistyce, pomagając wszystkim stronom zwiększyć wolumeny. Allegro Delivery obejmuje teraz automaty w ponad 10 tysiącach lokalizacji, w tym maszyny ORLEN Paczki i Allegro One Boksy. Więcej pojawi się w przyszłym roku. Wszyscy przewoźnicy są mile widziani.

### **Rynki międzynarodowe: start Allegro.hu na Węgrzech to kolejny krok w rozwoju regionalnym grupy**

Allegro.cz w Czechach i Allegro.sk na Słowacji zyskały 300 tysięcy nowych aktywnych kupujących w trzecim kwartale, co daje łącznie 2,8 miliona konsumentek i konsumentów aktywnie kupujących na dwóch nowych platformach Allegro. Oferują one najszerszy wybór na każdym z rynków dzięki rosnącej puli ponad 60 tysięcy sprzedających. Przełożyło się to na 96 milionów wizyt i 5,7 sprzedanych przedmiotów na obu tych marketplace'ach w ostatnim kwartale, przy czym sprzedaż czeskich i słowackich sprzedających wzrosła o 40% w ujęciu kwartalnym. W dużej mierze dzięki nowym platformom, operacje międzynarodowe Allegro zaksięgowały w trzecim kwartale wyniki zgodne z oczekiwaniami. Również zgodnie z oczekiwaniami GMV czeskich marek spadło rok do roku, ponieważ Allegro nadal ogranicza niskomarkową sprzedaż w ramach MALL. W tym samym czasie GMV i przychody generowane przez nowe platformy Allegro podwoiły się rok do roku w trzecim kwartale, co spowodowało nieco niższą niż oczekiwano ogólną skorygowaną stratę EBITDA operacji międzynarodowych.

Mając już przyczółki w Czechach i na Słowacji, Allegro chce przyspieszać swój wzrost na rynkach zagranicznych poprzez zwiększenie częstotliwości zakupów. W tym celu grupa sukcesywnie wprowadza swoje marki poza Polskę. Liczba płatnych subskrypcji Smart! w Czechach i na Słowacji zbliżyła się do 900 tysięcy, a sieć automatów paczkowych Allegro One Box w Czechach wzrosła do 270. Allegro.cz i Allegro.sk poszerzają rynek docelowy Allegro o 16 milionów osób, a prawie 10 milionów przybyło dzięki uruchomieniu Allegro.hu na Węgrzech w październiku, zaledwie pół roku po platformie słowackiej. Selekcja na węgierskim marketplace'ie nie ma sobie równych na tamtejszym rynku i opiewa na ponad 150 milionów międzynarodowych ofert obejmujących wszystko od elektroniki, przez artykuły gospodarstwa domowego, modę i produkty zdrowotne czy kosmetyki po części samochodowe, książki i przedmioty kolekcjonerskie. Węgierscy konsumenci i konsumentki już mogą korzystać z Allegro Smart!, Gwarancji najniższej ceny lub Allegro Protect, a także z różnych opcji dostawy i płatności. Sprzedający natomiast zyskują nową platformę sprzedaży online, potencjalnie również do regionalnej klienteli. Podobne platformy w Słowenii i Chorwacji są w planach na nadchodzące kwartały.

„Allegro utrzymało w trzecim kwartale doskonałe marże w polskiej części grupy i kontynuowało rozwój swojego modelu marketplace na arenie międzynarodowej” — powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „Rentowność w Polsce i na poziomie grupy okazała się nieznacznie wyższa od oczekiwań, podczas gdy dźwignia finansowa Allegro spadła poniżej 1x skorygowanego zysku EBITDA grupy. To silna pozycja finansowa, która daje nam dużo pewności w ramach dalszej ekspansji w regionie jak i w inwestycjach w nasze silniki wzrostu w reklamie, fintechu i logistyce. Klienci i klientki Allegro w Polsce zwiększali swoje wydatki u nas w najszybszym tempie od roku pomimo słabnącej sprzedaży detalicznej w kraju. W ramach naszych prognoz na czwarty kwartał zamierzamy przyspieszyć wzrost GMV nawet do 13% r/r. Wiemy, że będzie to kosztować więcej pod względem marketingowym, ale wierzymy również, że nagrodą za świetne oferty świąteczne będzie rosnąca lojalność wśród klientek i klientów. Choć oczekujemy, że wzrost naszego skorygowanego zysku EBITDA zwolni w czwartym kwartale, to całoroczna marża skorygowanego zysku EBITDA utrzyma się powyżej naszych średnioterminowych oczekiwań na poziomie 5,3–5,7% GMV”.

#### **O Allegro**

Założone w Polsce prawie 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 setki milionów ofert. 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.