

## Allegro rośnie szybciej niż rynek i przygotowuje się na szczyt zakupowy

### Najważniejsze wskaźniki finansowe

- **Allegro spełniło wszystkie oczekiwania na trzeci kwartał**, ponownie potwierdzając, że jest najpopularniejszym miejscem zakupów z najlepszymi ofertami online.
- **Wartość sprzedaży brutto (GMV)** z działalności w Polsce **wzrosła w trzecim kwartale o 10,5% r/r** do 13,3 mld zł, znacząco przewyższając dynamikę sprzedaży detalicznej w Polsce. Wciąż poszerzana oferta, świetne ceny i ogromna wygoda zakupów przekładają się na rosnące przywiązanie klientów i coraz częstsze zakupy.
- **Przychody z działalności w Polsce wzrosły o 19,9% r/r** do 1,95 mld zł w trzecim kwartale dzięki rosnącej prowizji od sprzedaży (take rate) i jej lepszej monetyzacji, jak i wzrostowi przychodów z działalności reklamowej o 38% r/r.
- **Liczba aktywnych kupujących na Allegro wzrosła szósty kwartał z rzędu**, osiągając poziom **14,5 mln w trzecim kwartale**, a średnia **wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą zwiększyła się o 7,3% r/r** do 3 699 zł rocznie.
- Zwyżkujące przychody przy nieustannej kontroli kosztów **przełożyły się na wzrost skorygowanego zysku EBITDA z działalności w Polsce o 32,4% r/r** do 778 mln zł w trzecim, wyraźnie przyspieszając tempo w ujęciu kwartalnym.<sup>1</sup>
- **Skonsolidowana wartość GMV**, uwzględniająca działalność międzynarodową Allegro, **zwiększyła się o 9% r/r**, a skorygowany zysk EBITDA grupy przyspieszył wzrost do 26% r/r w trzecim kwartale.
- Nowa czeska platforma **Allegro.cz szybko pozyskała 800 tys. aktywnych kupujących**. Trzy główne marki grupy w Czechach - Allegro.cz, MALL i CZC - wspólnie generują już najwięcej ruchu online na tamtejszym rynku e-commerce dzięki najbogatszej ofercie.<sup>2</sup>
- **Segment MALL** ograniczył stratę skorygowanego wskaźnika EBITDA do 44,3 mln zł w trzecim kwartale, skupiając się na efektywności operacyjnej i przekształceniu dotychczasowych marek Grupy MALL w kluczowych sprzedawców na platformie Allegro.cz.
- W czwartym kwartale 2023 r. Allegro oczekuje wzrostu GMV **z działalności w Polsce** w przedziale 9-11% r/r, przy wzroście przychodów o 17-20% i skorygowanego wskaźnika EBITDA o 20-23% r/r. Przewidywana wartość GMV **działalności międzynarodowej** spadnie w czwartym kwartale o 10-14% r/r, przychody o 33-38% r/r, a skorygowana strata EBITDA wyniesie 160-180 mln zł. Wydatki inwestycyjne szacowane są na 90-100

<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 stronie 13, dostępnym pod adresem <https://about.allegro.eu/financial-results>.

<sup>2</sup> Szacunki własne firmy na bazie danych Similarweb i data.ai w trzecim kwartale 2023 r.

mln zł w Polsce i 20-30 mln zł za granicą. W efekcie, wzrost GMV **skonsolidowanej grupy** oczekiwany jest w zakresie 7-9% r/r w czwartym kwartale, a zmiana przychodów w przedziale od -2% do +2% r/r. Skorygowany wskaźnik EBITDA powinien być o 0-6% wyższy r/r, zaś skonsolidowany CAPEX spodziewany jest na poziomie 110-130 mln zł.

„Spełniliśmy wszystkie oczekiwania na trzeci kwartał, działalność Allegro w Polsce osiąga świetne wyniki, a nasz nowo uruchomiony marketplace Allegro.cz szybko się rozwija,” powiedział **Roy Perticucci, prezes Allegro**. „Tempo wzrostu GMV w Polsce było wyraźnie szybsze od nominalnej sprzedaży detalicznej w kraju w trzecim kwartale. Choć generalnie konsumenci są mniej chętni, by kupować droższe produkty, na Allegro wydali więcej niż rok temu, korzystając z atrakcyjnych cen i zapewnianego przez sprzedawców ogromnego wyboru. Jednocześnie Allegro.cz dobrze sobie radzi w Czechach – zaledwie kilka miesięcy po pełnym uruchomieniu Allegro.cz zakupy na nowej platformie zrobiło już ponad 1,1 miliona konsumentów. Oprócz przygotowań do szczytu sezonu zakupowego nasz zespół pracuje nad uruchomieniem naszych platform w Słowacji, na Węgrzech, w Słowenii i Chorwacji w 2024 r., wykorzystując sukces Allegro.cz jako punkt odniesienia. Chcemy, by w przyszłym roku o tej porze klienci już z całej Europy Środkowej wybierali prezenty świąteczne na Allegro”.

### **Rynek polski: Allegro ułatwia zakupy i sprzedaż dzięki najbardziej atrakcyjnej ofercie online**

Allegro jest adresem pierwszego wyboru, jeśli chodzi o zakupy online w Polsce. Ponad 400 mln atrakcyjnych cenowo ofert od ponad 140 tys. sprzedawców przelożyło się na wzrost GMV Allegro w Polsce o 10,5% r/r w trzecim kwartale. To znacznie szybciej niż całkowita nominalna sprzedaż detaliczna w kraju, przy czym ponad jedną trzecią wzrostu GMV wygenerowały priorytetowe kategorie - Supermarket oraz Zdrowie i Uroda. Konsumenci ostrożnie sięgają po droższe przedmioty, ale za to coraz częściej wybierają Allegro jako miejsce swoich codziennych zakupów. Zwłaszcza, że Gwarancją Najniższej Ceny objętych jest już ponad 600 tys. produktów. Dzięki temu rośnie liczba aktywnych kupujących, których w Polsce jest już 14,5 mln, a generowane przez nich średnie roczne GMV zwiększyło się o 7,3% r/r w trzecim kwartale. Wzrost GMV i średniej prowizji od sprzedaży (take rate) przelożył się na wyższe przychody oraz marżę liczoną jako skorygowana EBITDA do GMV. W trzecim kwartale wzrosła on do 5,86%, czyli wyjątkowo powyżej średnioterminowych założeń Allegro na poziomie 5%.

Sprzedawcy i marki chcą przyciągnąć uwagę milionów kupujących na Allegro, dzięki czemu wzrost przychodów z reklam wyniósł 38% w ujęciu rocznym. Allegro Smart! i Allegro Pay, kluczowe marki grupy, są już synonimem wygodnych i niedrogich e-zakupów, napędzając biznes sprzedawcom. Mocno rośnie liczba beneficjentów Allegro Smart!, przy czym już około 85% użytkowników usługi przeszło na jej nowe warunki ogłoszone rok temu. Wartość pożyczek udzielonych przez Allegro Pay wzrosła zaś o 43% r/r do ponad 2 mld zł, przy wskaźniku pożyczek zagrożonych na poziomie poniżej 1%. Allegro kontynuuje poszerzanie swojej i tak już największej w Polsce sieci punktów odbioru, rozbudowując też własne możliwości dostaw. Liczba automatów paczkowych One Box przekroczyła już 3.200, a ich wykorzystanie i udział w dostawach rosną obiecująco. Cała gama tych innowacji jest zawsze

pod ręką dzięki apce Allegro – najpopularniejszej aplikacji zakupowej w Polsce, która ma już średnio prawie 15 mln aktywnych użytkowników miesięcznie.

### **Rynki międzynarodowe: Allegro.cz napędza e-commerce w Czechach dzięki najbogatszej ofercie w kraju**

Allegro jest wśród dwóch najczęściej pobieranych aplikacji w Czechach,<sup>3</sup> a zaledwie trzy miesiące po pełnym uruchomieniu platformy Allegro.cz wspólnie z MALL i CZC generują największy ruch na czeskim rynku e-commerce. Jednocześnie świadomość marki wśród czeskich konsumentów osiągnęła poziom 90%. Dzięki nowej platformie Allegro poszerzyło zasięg do prawie 50 milionów osób, zwiększając liczbę aktywnych kupujących do prawie 800 tys. MALL i CZC to kluczowi sprzedawcy na Allegro.cz, gdzie liczba polskich i międzynarodowych sklepów osiągnęła liczbę 20 tys., a liczba ofert przekroczyła 150 mln. Oznacza to około 60 mln produktów, czyli 10 razy więcej niż ktokolwiek inny na rynku. Platforma oferuje promocyjne warunki nowym lokalnym sprzedawcom, zapewniając jednocześnie wygodną dostawę do Czech sprzedawcom z Polski dzięki Allegro International, nowatorskiej metodzie uruchomionej niedawno we współpracy z InPost i WE|DO. Dostawą Smart! objętych jest już ponad 50 mln ofert na Allegro.cz, a liczba użytkowników usługi w Czechach przekroczyła już 300 tys., co czyni Smart! największym programem lojalnościowym w kraju. Czescy konsumenci niedawno skorzystali z pierwszej kampanii Allegro Days, a obecnie cieszą się z pierwszych allegrowych Black Weeks z Gwarancją Najlepszej Ceny, dzięki czemu Allegro jedynie potwierdza swój status lidera cenowego.

GMV Allegro.cz wzrosło w trzecim kwartale do 195 mln zł, co stanowi wzrost o 3,4 raza kw/kw. Skorygowana strata EBITDA segmentu MALL była zmniejszona o 12% r/r, mimo że sprzedaż detaliczna w Czechach wciąż spada. Nasz flywheel zaczyna się w Czechach kręcić na dobre, Grupa MALL stopniowo koncentruje się na bardziej dochodowy handlu online, a jej marki działają jako sprzedawcy na Allegro.cz. Po zakończeniu transformacji i uruchomieniu platform Allegro w całej Europie Środkowo-Wschodniej, segment Allegro International ma znacząco przyspieszyć wzrost GMV grupy.

„Wyniki Allegro za trzeci kwartał w Polsce były naprawdę wyjątkowe: skorygowana marża EBITDA w stosunku do GMV wyniosła 5,86% czyli o prawie 1 punkt procentowy więcej rok do roku, a wskaźnik długu do skorygowanego zysku EBITDA obniżył się do akceptowalnego poziomu 2,17x,” powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „Nasze inicjatywy w ramach programu kontroli kosztów pod nazwą 'Fit to Grow' pomogły nam ograniczyć wydatki, podczas gdy skupiamy się na jak najlepszym wykorzystaniu naszych możliwości logistycznych i technologicznych. Praca nad przekształceniem marek Grupy MALL w bardziej coraz bardziej efektywnych sprzedawców na nowych platformach Allegro w regionie idzie pełną parą i pomaga stopniowo ograniczać straty w MALLu. Przy coraz niższej dźwigni finansowej oraz dzięki niedawnemu przedłużeniu naszych linii kredytowych do 2027 r. mamy teraz jeszcze większą elastyczność w inwestowaniu w innowacje stymulujące wzrost i zwiększające możliwości dostaw w krajach, w których działamy. Pomoże nam to zapewnić wzrost w dłuższym terminie przy wiodących na rynku marżach, zgodnie z naszymi założeniami”.

---

<sup>3</sup> Źródło: Appflow za trzeci kwartał 2023 r.

## **O Allegro**

Założone w Polsce ponad 20 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, łącząc na swojej platformie miliony kupujących z tysiącami międzynarodowych sprzedawców, którzy udostępniają setki milionów ofert. Firma ugruntowała swój status najwygodniejszej platformy zakupowej w czasach inflacji. Model marketplace Allegro opiera się głównie 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.