

Wzrost rentowności Allegro przerósł oczekiwania, a GMV rośnie szybciej niż sprzedaż detaliczna. Grupa kontynuuje międzynarodową ekspansję swojej platformy

Najważniejsze wskaźniki finansowe

- **Wartość sprzedaży brutto (GMV)** z działalności w Polsce **wzrosła w 2023 roku o 11% r/r** do 54,8 mld zł, niezmiennie przewyższając dynamikę sprzedaży detalicznej. W czwartym kwartale GMV zwiększyło się o 8.5% r/r.
- **Przychody z działalności w Polsce wzrosły o 19,7% r/r** do prawie 8 mld zł w ubiegłym roku dzięki wyższej stawce prowizji od sprzedaży (take rate) i wzrostowi przychodów z działalności reklamowej o 31% r/r. W samym ostatnim kwartale roku przychody w Polsce zwiększyły się o 18.4%.
- Nieustannie rosnąca liczba ofert i świetne ceny jak i ogromna wygoda zakupów zwiększają lojalność klientów i częstotliwość zakupów. **Liczba aktywnych kupujących na Allegro w Polsce wzrosła siódmy kwartał z rzędu**, osiągając poziom 14,6 mln na koniec 2023 roku. Średnia **wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą zwiększyła się zaś o 6,4% r/r** do 3 739 zł rocznie w czwartym kwartale.
- **Allegro Smart! Jest najpopularniejszym programem lojalnościowym** zarówno w Polsce jak i w Czechach, a wszyscy polscy smartowicze przeszli już na nowe warunki usługi. **Wartość pożyczek udzielonych przez Allegro Pay zwiększyła się o połowę** do 6,7bn zł w ubiegłym roku.
- Zwyżkujące przychody przy nieustannej kontroli kosztów **przełożyły się na wzrost skorygowanego zysku EBITDA z działalności w Polsce o 28% r/r** do prawie 3 mld zł w 2023 roku, z czego prawie **jedna trzecia została wygenerowana w czwartym kwartale**, kiedy to skorygowany zysk EBITDA wzrósł również o 28% r/r do 905,7 mln zł.¹ **Marża GMV zwiększyła się dzięki temu do 5,4% w całym 2023 roku**, osiągając poziom 5,8% w czwartym kwartale.
- **Dźwignia finansowa spadła do 1,8x** na koniec roku, czyli do poziomu sprzed przejęcia Grupy MALL. Wartość ta sięgnęła poziomu 3,5x tuż po zakupie w połowie 2022 roku i 2,9x w grudniu 2022 roku.
- **Skonsolidowana wartość GMV**, uwzględniająca działalność międzynarodową Allegro, **zwiększyła się o 11% r/r**, a skorygowany zysk EBITDA grupy wzrósł o 18%. W czwartym kwartale wartości te wzrosły o, odpowiednio, 6,8% i 12,5% r/r.
- Czeska platforma **Allegro.cz podwoiła liczbę aktywnych kupujących kwartał do kwartału do 1,6 mln** dzięki najszerzej ofercie na rynku. Jedynie pół roku od startu Allegro.cz jest już numerem 2 pod względem ruchu w czeskim e-commerce.²

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

² Szacunki własne firmy na bazie danych Similarweb i data.ai w czwartym kwartale 2023 r.

Pierwsi klienci już korzystają z Allegro.sk na Słowacji, gdzie oficjalny start nowej platformy planowany jest na dniach.

- W pierwszym kwartale 2024 roku Allegro oczekuje wzrostu GMV **z działalności w Polsce** w przedziale 9-10% r/r, przy wzroście przychodów o 18-20% i skorygowanego zysku EBITDA o 28-31% r/r. Przewidywana wartość GMV **działalności międzynarodowej** spadnie w pierwszym kwartale o 3-5% r/r, przychody będą o 29-32% niższe r/r, a skorygowana strata EBITDA ma zostać ograniczona do 120-140 mln zł. Wydatki inwestycyjne szacowane są na 110-120 mln zł w Polsce i 20-30 mln zł za granicą. W efekcie, wzrost GMV **skonsolidowanej grupy** oczekiwany jest w zakresie 8-9% r/r w pierwszym kwartale, a przychodów w przedziale 4-7% r/r. Skorygowany zysk EBITDA całej grupy powinien być o 21-26% wyższy r/r, zaś skonsolidowany CAPEX spodziewany jest na poziomie 130-150 mln zł.

„Allegro ma obecnie już prawie 20 milionów aktywnych kupujących w całej Europie Środkowej i liczba ta rośnie zarówno w Polsce, jak i za granicą, w miarę udostępniania naszej platformy na nowych rynkach,” powiedział **Roy Perticucci, prezes Allegro**. „Z naszych badań wynika, że przywiązanie kupujących do Allegro idzie w parze z częstotliwością zakupów. Ogólnie rzecz biorąc, im więcej ktoś u nas kupuje, tym bardziej staje się lojalny. Dzięki temu, pomimo nie najłatwiejszego czwartego kwartału, kiedy konsumenci wciąż wstrzymywali się z większymi wydatkami, radziliśmy sobie lepiej niż większość firm sektora sprzedaży detalicznej. I nic dziwnego, skoro każda i każdy może na Allegro wybierać spośród ponad pół miliarda ofert od stale rosnącej liczby sprzedawców. Więcej niż co trzeci Polak i Polka są aktywnymi kupującymi na Allegro. Także co druga polska firma robi zakupy na naszej platformie. Nasz model marketplace świetnie sprawdza się także za granicą – już około 15% czeskiej populacji aktywnie kupuje na Allegro.cz zaledwie sześć miesięcy po uruchomieniu nowej platformy. Mamy silną pozycję w Polsce, coraz mocniejszą w Czechach i właśnie startujemy na Słowacji. Skupiamy się jednocześnie na tym, by przywrócić dobrą kondycję czeskim markom, które przejęliśmy w 2022 roku, a które w dalszym ciągu osiągają wyniki poniżej naszych oczekiwań. Celem jest jak najlepszy zwrot z inwestycji we wszystkich naszych projektach i dlatego wdramy model ekspansji wykorzystujący niewielkie zasoby. Przekłada się to na stopniowo malejące inwestycje kapitałowe z każdą nową platformą na kolejnych rynkach, przy jednoczesnym natychmiastowym zwiększaniu zasięgu i GMV”.

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

Allegro generuje 94% swojego biznesu w Polsce, gdzie jest też najpopularniejszym miejscem robienia zakupów online. Liczba aktywnych kupujących w Polsce wzrosła w czwartym kwartale do 14,6 mln, a generowane przez nich średnie roczne GMV zwiększyło się o 6,4% r/r. Allegro Smart! i Allegro Pay są synonimami wygodnych i niedrogich e-zakupów, zwiększając lojalność klientów. Smart! to obecnie najpopularniejszy program lojalnościowy nie tylko w Polsce, ale także w Czechach. Wszyscy polscy klienci korzystają już z nowych warunków usługi, co tylko potwierdza jego wartość. Allegro dalej upraszcza strukturę współfinansowania programu, nie powodując przy tym dużych rotacji wśród konsumentów i sprzedawców.

Wartość pożyczek udzielonych przez Allegro Pay wzrosła w czwartym kwartale o 43% r/r do ponad 2,6 mld zł, a w całym roku zwiększyła się o połowę do 6,7 mld zł, co plasuje Allegro Pay wśród największych dostawców usług finansowania konsumenckiego w Polsce. Allegro testuje teraz nową ofertę cashbacku o nazwie Allegro Cash. Wszystkie te innowacje są na wyciągnięcie ręki dzięki aplikacji Allegro – najpopularniejszej apki zakupowej w Polsce, ze średnio 15,5 mln aktywnych użytkowników miesięcznie.³

Grupa oferuje największą sieć punktów odbioru w całej Polsce i stale unowocześnia własne możliwości dostaw, aby zapewnić coraz szerszy wybór. Konsumenci mogą teraz korzystać z ponad 3 500 automatów paczkowych One Box, a ich popularność przełożyła się na trzykrotnie większe wykorzystanie niż rok wcześniej, co też daje Allegro większą kontrolę nad kosztami jednostkowymi. Jednocześnie grupa podpisała niedawno aneks do wieloletniej umowy z InPost, który wiąże poziom cen z wolumenem. Współpraca ta uwzględnia też łączoną ofertę dostaw przesyłek pomiędzy Polską a Czechami.

W sumie ponad pół miliarda atrakcyjnych cenowo ofert od ponad 150 tysięcy sprzedawców przełożyło się na wzrost polskiego GMV Allegro o 11% w ubiegłym roku. W samym czwartym kwartale tempo to było 3,3 raza szybsze niż dynamika nominalnej sprzedaży detalicznej. W obliczu inflacji konsumenci szukają najlepszych ofert na Allegro – niezależnie od tego, czy chodzi o okazje czy większe zakupy, Allegro ma je w swojej ofercie, a Gwarancją Najniższej Ceny objętych jest już około 600 tysięcy produktów. Sprzedawcy i marki chcą zwrócić na siebie uwagę milionów międzynarodowych klientów Allegro, dzięki czemu przychody reklamowe zwiększyły się o 31% w czwartym kwartale. Wzrost GMV i średniej prowizji od sprzedaży (take rate) w połączeniu z realizowanym przez grupę projektem efektywnościowym *Fit to Grow* przełożyły się na wyższe przychody i wzrost marży GMV Allegro w Polsce do 5,78% w czwartym kwartale i 5,4% w całym roku.

Rynki międzynarodowe: Sukces Allegro.cz otwiera drogę do dalszej ekspansji modelu marketplace w regionie

Liczba aktywnych kupujących na nowej platformie Allegro w Czechach podwoiła się w ostatnim kwartale roku do 1,6 miliona, a z darmowych dostaw Allegro Smart! korzysta już pół miliona użytkowników. Na Allegro.cz znajdują się oferty około 30 tysięcy sprzedawców, w tym starsze przejętych przez Allegro marek MALL i CZC, których udział stanowił ponad 14% GMV nowej czeskiej platformy w czwartym kwartale. Allegro jest aplikacją nr 2 pod względem pobrań w Czechach i zaledwie sześć miesięcy od pełnego uruchomienia Allegro.cz jest drugim co do wielkości graczem e-commerce w kraju pod względem ruchu. Gwarancją Najniższej Ceny objętych jest ponad 70 tysięcy produktów na czeskiej platformie, która zbudowała już wizerunek najbardziej konkurencyjnego cenowo miejsca zakupów w kraju.⁴

Allegro stopniowo przekształca MALL i CZC w skutecznych sprzedawców na Allegro.cz. Skorygowana strata EBITDA segmentu MALL wyniosła w ubiegłym roku 205 mln zł i choć stanowi to zaledwie 7% skorygowanego zysku EBITDA w Polsce, to tempo transformacji jest poniżej oczekiwań grupy. Allegro dokonało drugiego odpisu aktualizującego wartość czeskich aktywów. Jest to temat czysto księgowy, który nie wpływa na stabilność biznesu ani

³ Źródło: data.AI za czwarty kwartał 2023 r..

⁴ Na bazie badań percepcji cenowej w ramach ankiety online przeprowadzonej między 10-20.11.2023.

ambicje międzynarodowe grupy. Tym bardziej, że szybki rozwój Allegro.cz w Czechach służy jako podręcznik dla rozbudowy platformy w nowych krajach. Allegro wdraża swój model przy stosunkowo niewielkich nakładach, co oznacza stopniowo malejące inwestycje kapitałowe przy każdym kolejnym starciu platformy na nowym rynku. Allegro.sk rozpoczęło już działalność na Słowacji i wkrótce w pełni rozwinie tam skrzydła. Kolejne rynki w regionie będą uruchamiane stopniowo.

„Allegro dobrze zakończyło 2023 rok, odnotowując wzrost GMV w Polsce o 8,5% r/r w czwartym kwartale nawet w obliczu wciąż ograniczonych wydatków konsumenckich w okresie świątecznym. Nasze starania nakierowane na podwyższenie marż i obniżenie kosztów w ciągu ostatniego roku opłaciły się i przełożyły na wzrost, Skorygowanego zysku EBITDA w Polsce o 28% do 906 mln zł w czwartym kwartale” - powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „Dzięki wyższym marżom i niższym inwestycjom kapitałowym obniżyliśmy naszą dźwignię finansową do wygodnego poziomu 1,8x, czyli takiego, jaki mieliśmy przed przejściem Grupy MALL i WE|DO w kwietniu 2022 roku. Spadek dźwigni plus mocne przepływy pieniężne z naszej działalności w Polsce pozwalają nam śmiało inwestować na nowych rynkach poza granicami Polski. Allegro.cz już osiąga dobre wyniki i podwoiło swoją GMV w czwartym kwartale w ujęciu kwartał do kwartału. Zamierzamy na przestrzeni najbliższych dwóch lat uruchomić nasze platformy we wszystkich pięciu krajach, w których działała Grupa MALL i doprowadzić każdą z nich do rentowności w ciągu czterech lat od uruchomienia. Planujemy przeznaczać nie więcej 20% naszego przyszłego zysku EBITDA w Polsce na sfinansowanie tej ekscytującej ekspansji, w tym też na finansowanie działalności marek z Grupy MALL, skupiając się jednocześnie na ograniczaniu wszelkich strat i budowaniu z nich świetnie działających sprzedawców, którzy będą wносить pozytywny wkład do finansów grupy Allegro”.

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 sprzedawców, 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.