

## **Wyniki Allegro w pierwszym kwartale były zgodne z oczekiwaniami. Całoroczne prognozy są niezagrażone dzięki postępom w strategicznych projektach**

### **Najważniejsze wskaźniki finansowe**

#### **Wyniki skonsolidowane**

- Wartość sprzedanych towarów brutto (GMV) w Grupie Allegro, czyli z uwzględnieniem działalności międzynarodowej, **wzrosła o 8% r/r** w pierwszym kwartale, a skonsolidowany skorygowany zysk EBITDA **przyspieszył tempo wzrostu do 6,1%**<sup>1</sup> dzięki coraz większym zakupom wśród aktywnych kupujących jak i silnemu wzrostowi GMV na platformach poza krajem.
- Liczba aktywnych kupujących w całym regionie wzrosła **o 5,4% do ponad 21 mln**, a ich średnie wydatki na Allegro zwiększyły się o 3,7% rok do roku.

#### **Polska**

- GMV w Polsce wzrosła w pierwszym kwartale o **8,9% rok do roku** do 14,8 mld zł. Oznacza to tempo 3,6 raza szybsze od krajowej sprzedaży detalicznej i potwierdza uznanie konsumentów i konsumentek dla dostępnego na Allegro wyboru i oferowanej wygody zakupów.
- Przychody<sup>2</sup> z działalności w Polsce **zwiększyły się o 15% r/r** do 2,4 mld zł w pierwszym kwartale. Tempo wzrostu wysokomarżowych przychodów z działalności reklamowej wyniosło **29,4% r/r**, a prowizja od sprzedaży (take rate) zwiększyła się o 0,4 pkt proc. do 12,58%.
- Skorygowany zysk EBITDA z działalności w Polsce **wzrósł o 4,8% r/r** do 859,4 mln zł. Marża sięgnęła **5,82% GMV**, o 0,23 pkt proc. więcej w ujęciu kwartalnym, przy czym nowe warunki dotyczące współfinansowania weszły w życie dopiero w marcu.
- Sezonowe inwestycje kapitałowe uplasowały **dźwignię finansową na poziomie 0,84x** wobec 1,38x rok wcześniej i blisko nowego celu wynoszącego 1,0x Skorygowanego zysku EBITDA. Bilans gotówkowy wyniósł 3,8 mld zł, czyli na bardzo bezpiecznym pułapie w kontekście planowanego odkupu akcji wartego 1,4 mld zł.
- Liczba aktywnych kupujących na Allegro w Polsce **przekroczyła 15,1 mln** w pierwszym kwartale. Średnia wartość GMV na aktywnego kupującego/kupującą **przyspieszyła wzrost do 8,1% r/r**, osiągając poziom 4 097 zł rocznie, co potwierdza siłę sprzedażową Allegro i zaufanie wśród klientów i klientek.
- Wartość pożyczek udzielonych przez **Allegro Pay wzrosła o prawie 20% r/r** do 2,8

<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 20-22, dostępnym [pod tym linkiem](#).

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

mld zł w pierwszym kwartale, finansując w tym czasie prawie 17% GMV.

- **Allegro Delivery** pomogło zwiększyć zakres wolumenów zarządzanych przez Allegro do ponad 29%, czyli o 5 pkt proc. więcej kwartał do kwartału. Nowa usługa obejmuje sieć ponad 17.000 automatów paczkowych w całej Polsce, w tym sieci Orlen Paczki i DHL oraz **ponad 5 000 automatów One Box by Allegro**.

### Działalność międzynarodowa

- Zarówno GMV jak i przychody nowych platform grupy w Czechach, Słowacji i na Węgrzech **wzrosły o ok. 80% rok do roku** w pierwszym kwartale dzięki zesłorocznym otwarciom [Allegro.sk](http://Allegro.sk) i [Allegro.hu](http://Allegro.hu) oraz coraz częstszym zakupom.
- Bezkonkurencyjny wybór i coraz lepsze doświadczenie zakupowe pomogły zwiększyć liczbę aktywnych kupujących w trzech nowych krajach **do 3,7 mln, czyli o 0,3 mln więcej** kwartał do kwartału.
- Pula lokalnych sprzedających na nowych allegrowych platformach **wzrosła o 56% w ujęciu rocznym**, a generowana przez nich w tym czasie GMV była o 57% wyższa.

### Oczekiwania & Polityka Alokacji Kapitału

- **Allegro utrzymało swoje całoroczne oczekiwania bez zmian.** Wzrost GMV z **działalności w Polsce** oczekiwany jest w przedziale 9-11% w tym roku przy wzroście przychodów o 14-17%, a skorygowanego zysku EBITDA o 8-12%. Allegro spodziewa się w tym roku zwiększenia GMV na **platformach zagranicznych** o 40-50% przy przychodach wyższych o 55-65%. Skorygowana strata EBITDA segmentu oczekiwana jest w przedziale 350-400 mln zł. **Segment MALL** powinien zakończyć rok spadkiem GMV o 55-65% r/r. Jego przychody oczekiwane są na poziomie 45-55% niższym, a skorygowana strata EBITDA ma wynieść 150-170 mln zł. Tegoroczny CAPEX spodziewany jest na poziomie 850 mln-1 mld zł w Polsce, 40-50 mln zł na platformach zagranicznych, oraz 30-40 mln zł w Segmencie MALL. Tegoroczny wzrost **skonsolidowanej** GMV oczekiwany jest na poziomie 8-11%, a przychody mają się zwiększyć o 7-11%. Wzrost skorygowanego zysku EBITDA grupy powinien wynieść 10-17% r/r, zaś skonsolidowany CAPEX szacowany jest na 920 mln-1,1 mld zł.
- Akcjonariusze Allegro będą głosować nad wartym 1,4 mld zł skupem akcji własnych grupy na **walnym zgromadzeniu 26 czerwca**. Jest to część polityki alokacji kapitału grupy, nastawionej przede wszystkim na napędzanie organicznego i zyskowego wzrostu oraz przeznaczanie nadwyżki kapitału na skup akcji.

„Allegro służy obecnie 21 milionom aktywnych klientów, z czego 6 milionów mieszka poza Polską. To spore osiągnięcie i świetny moment, aby dołączyć do firmy” — powiedział **nowy Prezes Allegro, Marcin Kuśmierz**. „Nie tylko liczba aktywnych kupujących rośnie w Polsce i za granicą, ale także średnia ich wydatków na naszej platformie, co dowodzi, że Allegro wie, jak przyciągnąć wysokiej jakości ruch i jak spełniać oczekiwania konsumentów. Zaletą Allegro zawsze była jakość oferowanego asortymentu, poziom obsługi klienta i wyjątkowa kultura firmy. Moim celem jest, by Allegro wciąż koncentrowało się na doskonałych usługach i rozwoju, tak by

wręcz zachwycać swoich użytkowników. Moje priorytety na przyszłość są jasne: dalsza poprawa wydajności operacyjnej, rozwijanie nowych produktów i usług jak i tworzenie silnych partnerstw strategicznych. Przede wszystkim chcemy pogłębić nasze zaangażowanie na rzecz wszystkich naszych klientów i pozostać rynkiem pierwszego wyboru dla rosnącej puli konsumentów i sprzedawców z całego regionu. Allegro jest największym marketplacem założonym w Europie, firmą pomagającą generować 1% polskiego PKB i mamy tak wiele pomysłów na dalszy wzrost! Cieszę się, że mogę poprowadzić Allegro w ten ekscytujący nowy rozdział”.

### **Rynek polski: Allegro rozpoczyna rok z przytupem. GMV rośnie znacznie szybciej niż sprzedaż detaliczna, a marże utrzymują się na wysokim poziomie**

Skupienie się na rozwoju podstawowego modelu marketplace i budowaniu nowych silników wzrostu przełożyło się na wzrost GMV Allegro w Polsce w tempie 3,6 raza szybszym od krajowej sprzedaży detalicznej w pierwszym kwartale. Wraz z wyższą prowizją od sprzedaży (take rate) umożliwiło to wzrost skorygowanego zysku EBITDA w ujęciu rocznym i marżę na poziomie 5,82% GMV, czyli na górnym końcu średnioterminowych oczekiwań Allegro. Liczba aktywnych kupujących w Polsce osiągnęła pułap 15,1 miliona, a ich średnie wydatki wzrosły o 8,1%, czyli w najwyższym tempie od ponad półtora roku. Allegro pozostaje miejscem pierwszego wyboru dla wygodnych zakupów online, co potwierdza najwyższy w branży rNPS (relational net promoter score lub miara satysfakcji klienta) wynoszący 70 punktów — 17 punktów więcej niż najbliższy konkurent i o wiele lepiej niż platformy azjatyckie.<sup>3</sup>

Allegro odgrywa znaczącą rolę w budowaniu zaufania do zakupów online w Polsce, co potwierdziło 84% Polaków w niedawnym badaniu.<sup>4</sup> Inna ankieta wykazała, że 9 na 10 kupujących uważa zakupy na Allegro za bezpieczne.<sup>5</sup> Bezpieczeństwo konsumentów i zaufanie są priorytetami dla Allegro, które w zeszłym roku skutecznie zablokowało ponad 122 miliony prób wystawienia produktów niespełniających wymagań platformy. Allegro znacznie ograniczyło również liczbę ofert, jakie sprzedający mogą wprowadzać na platformę spoza Europy, jednocześnie opracowując narzędzia, które pomogą im przestrzegać prawa własności intelektualnej, prawa konsumenckiego i praktyk antykonkurencyjnych.

Wyniki pierwszego kwartału jedynie częściowo obejmują zmiany w monetyzacji, które weszły w życie w marcu. Allegro zmodyfikowało model współfinansowania, jednocześnie upraszczając strukturę opłat, sprowadzając je do jednej obowiązkowej opłaty, co zostało bardzo dobrze przyjęte przez sprzedających na Allegro. Platforma planuje wprowadzić zestaw nowych narzędzi dla marek w nadchodzących miesiącach, aby pomóc im lepiej reagować na potrzeby kupujących. Format „sklepu marki” jest pierwszym z nich, łączącym nową wyróżniającą się prezentacją produktów z charakterystycznym dla Allegro świetnym doświadczeniem zakupowym. Zarówno sprzedający jak i kupujący korzystają z marek i programów Allegro.

---

<sup>3</sup> Źródło: badanie Minds & Roses, styczeń 2025 r. Najbliżsi konkurenci: Empik (rNPS 53), MediaExpert (rNPS 50), Zalando (rNPS 47), Aliexpress (rNPS 26), Temu (rNPS 25), Shein (rNPS 24).

<sup>4</sup> SWResearch dla Allegro, raport „Rola Allegro w e-commerce w Polsce”. Badanie przeprowadzone metodą CAWI na reprezentatywnej grupie Polaków w wieku 16-59 lat (n=1000). Badanie przeprowadzono w grudniu 2024 r.

<sup>5</sup> Raport Danae dla Allegro, badanie przeprowadzone metodą wywiadu CAWI na reprezentatywnej grupie 500 dorosłych Polaków (n=500). Badanie przeprowadzono w czerwcu 2024 r.

Usprawniają one zakupy, jednocześnie wzmacniając lojalność konsumentów — synonim wzrostu w e-commerce'ie:

Użytkownicy **Allegro Smart!** kupują średnio pięć razy częściej niż inni i zwiększają sprzedającym sprzedaż 2,5 raza. Oferowane w ramach programu bezpłatne dostawy za jedną roczną opłatą pomogły ponad 7 milionom jego beneficjentów w Polsce zaoszczędzić już ponad 15 miliardów złotych na Allegro od uruchomienia Allegro Smart! w 2018 roku.

**Allegro Pay** ułatwia zakupy dzięki szytym na miarę pożyczkom. Finansowe ramię grupy udzieliło 2,8 mld zł takich pożyczek w pierwszym kwartale, co stanowi wzrost o prawie 20% w ujęciu rocznym. Pomogło to sfinansować prawie 17% GMV Allegro, ponieważ ponad 2,2 miliona użytkowników Allegro Pay kupuje ogólnie o ponad jedną trzecią więcej niż ci, którzy z niego nie korzystają.

**Allegro Delivery**, program partnerski z innymi wiodącymi dostawcami usług logistycznych, pomaga zwiększyć wydajność i obniżyć koszty dostaw. W ramach programu, Allegro zarządza dostawami realizowanymi przez różne sieci, aby ułatwić klientom realizację zamówień. Dzięki włączeniu sieci DHL pod koniec marca kupujący mogą teraz wybierać spośród ponad 17 tysięcy automatów paczkowych (APM) w ramach Allegro Delivery. Wśród nich jest już ponad 5000 automatów **One Box by Allegro**, które też szybko zwiększają swoje wolumeny i użycie, szczytując się wskaźnikiem NPS na poziomie 87.<sup>6</sup> Allegro Delivery potrzebował mniej niż roku, aby zdobyć serca konsumentów. Na tym innowacyjnym programie korzystają wszyscy: partnerzy, klienci jak i samo Allegro, gdyż pomaga dostarczać ponad 90% zakupów w ciągu dwóch dni roboczych w Polsce.

Biznes reklamowy kontynuuje imponujący wzrost dzięki innowacyjnemu kierowaniu przez Allegro wysoce efektywnego ruchu do ofert wystawianych przez sprzedających. Przychody z reklam wzrosły o 29% rok do roku w pierwszym kwartale, prześcigając tempo wzrostu GMV. Generują one już 2% GMV dzięki inteligentnym i marżowym reklamom opartym na sztucznej inteligencji, których klikalność wzrosła o 16% w ciągu roku.

Marki Allegro uzupełniają się wzajemnie, zwiększając średnie wydatki aktywnych kupujących w Polsce i poza nią. Wszystkie te innowacje mieszczą się w dłoni dzięki aplikacji Allegro, czyli nr 1 wśród aplikacji zakupowych w Polsce z 9,4 milionami aktywnych użytkowników miesięcznie, co stanowi wzrost o 11% w ujęciu rocznym. Ich liczba wzrosła również o 13% kwartalnie w Czechach, Słowacji i na Węgrzech.

### **Rynki międzynarodowe: nowe platformy Allegro przyspieszają wzrost GMV, także przy coraz większej lojalności klientów**

Liczba aktywnych kupujących na platformach marketplace Allegro w Czechach, Słowacji i na Węgrzech wzrosła do 3,7 miliona w pierwszym kwartale przy jednoczesnym wzroście częstotliwości zakupów. Unikatowa oferta międzynarodowa zwiększa atrakcyjność Allegro również wśród sprzedających, którzy doceniają korzyści płynące z dostępu do innych rynków. Liczba sprzedających z Allegro.pl otwartych na eksport wzrosła o prawie 30% w ujęciu rocznym

---

<sup>6</sup> Źródło: własne badanie transakcyjne NPS Allegro z marca 2025 r.

w pierwszym kwartale, podczas gdy pula lokalnych sprzedających z trzech nowych krajów wzrosła o 56% rok do roku i o 10% w samym pierwszym kwartale. Allegro chce promować i lepiej wyróżniać szeroki wybór i szybką dostawę oferowane przez europejskich sprzedających względem ich azjatyckich konkurentów. Dlatego oferty z długim czasem dostawy — głównie z Azji Wschodniej — zostały usunięte z międzynarodowych rynków Allegro w ostatnich miesiącach. Ten ruch jedynie poprawił zaufanie konsumentów i wskaźniki konwersji przy niewielkim wpływie na GMV. Allegro nadal chętnie otwiera się na azjatyckich sprzedających, ale koncentruje się głównie na tych wysyłających z Europy, co pomogło zwiększyć GMV generowane na zagranicznych platformach Allegro przez lokalnych sprzedających o 57% w ujęciu rocznym.

Całkowita wartość GMV na allegro.cz, allegro.sk i allegro.hu przyspieszyła tempo wzrostu do 82% rok do roku w pierwszym kwartale. Przychody z międzynarodowych platform wzrosły o 80% i zarówno w przypadku tego wskaźnika, jak i GMV tempo było nawet lepsze od celów całorocznych. W logistyce Allegro pogłębia współpracę z firmą kurierską DPD w Czechach, która uwzględni w swojej sieci ponad 700 automatów Allegro w całym kraju. W rezultacie klienci będą mieli dodatkową wygodę odbioru wielu paczek od wielu sprzedawców e-commerce w jednym miejscu, łatwo, szybko i w dowolnym czasie.

Transformacja Grupy MALL przebiega zgodnie z planem. Oryginalne marki przejęte w Czechach i na Słowacji powiększają pulę sprzedających na zagranicznych platformach Allegro, gdzie też przekierowano cały ich ruch. Grupa ujedyniła również swoją organizację i procesy ponad granicami, aby opierać się na spójnym zapleczu technologicznym i dzięki temu zwiększać efektywność biznesową. Allegro spodziewa się, że w roku 2026 segment MALL będzie miał już pozytywny wpływ na wyniki.

### **Komentarz finansowy:**

„Wyniki za pierwszy kwartał potwierdzają, że Allegro bardzo solidnie rozpoczęło rok, notując wzrost GMV o prawie 9% w Polsce, podczas gdy sprzedaż detaliczna w Polsce wzrosła ogółem o 2,5%. To dowód uznania klientów i zaufania dla bezkonkurencyjnej selekcji, świetnych cen i wygody zakupów na Allegro” — powiedział **Jon Eastick, CFO Allegro**. „Marża w Polsce wzrosła sekwencyjnie o 0,21 pp do 5,82% GMV w pierwszym kwartale, czyli w tempie z wyższego krańca naszych średnioterminowych oczekiwań, a to dopiero w drugim kwartale nowe stawki współfinansowania będą obowiązywać przez cały kwartał. Obiecujące wyniki miały też nasze nowe platformy zagraniczne, które odnotowały wzrost GMV o 82% rok do roku w pierwszym kwartale przy znacznej poprawie marżowości. Nasza dźwignia finansowa wyniosła 0,84x skorygowanego zysku EBITDA, czyli zgodnie z nową polityką alokacji kapitału Allegro, w ramach którego przygotowujemy się do odkupienia 1,4 mld zł akcji w dalszej części tego roku. Ogólnie rzecz biorąc, te wyniki dają nam pewność, że możemy potwierdzić nasze prognozy na cały rok 2025”.

### **O Allegro**

Założone w Polsce 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 miliony produktów. 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.