

Allegro osiąga uprzednio podwyższone cele finansowe oraz przedstawia plany dalszego rozwoju i ekspansji zagranicznej

Najważniejsze parametry finansowe

- GMV, czyli całkowita wartość brutto towarów sprzedanych na Allegro, wzrosła w IV kwartale o 16,7% r/r do 12,7 mld zł i o 21,3% r/r do 42,6 mld zł w całym 2021 dzięki szerokiej ofercie i atrakcyjnym cenom.
- Liczba aktywnych kupujących wzrosła w IV kwartale do 13,5 mln, czyli o 2,9% r/r i o +0,7% kw/kw. Coraz szersza oferta, konkurencyjne ceny i wygoda robienia zakupów w połączeniu z dalszym rozwojem flagowego programu lojalnościowego Smart! oraz udanym wdrożeniem Allegro Pay, przełożyło się na wzrost średnich rocznych wydatków na aktywnego kupującego o 18% r/r do 3158 zł.
- Przychody wzrosły o 23,2% r/r do 1,6 mld zł w IV kwartale oraz o 33,9% do 5,35 mld w 2021 roku, przy wzroście wskaźnika Take Rate w skali roku o 0,96 p.p. do 10,23%.
- Skorygowana EBITDA Grupy, czyli wynik na działalności operacyjnej przed uwzględnieniem amortyzacji i zdarzeń jednorazowych, wzrosła w ubiegłym roku o 18,2% do 2,07 mld zł.¹ Dźwignia finansowa zawężała się zaś do 1,77x na koniec grudnia z 2,47x w poprzednim roku.
- Wskaźnik jakości obsługi NPS, czyli miara zadowolenia klientów, utrzymał się w IV kwartale na najwyższym w branży poziomie 78,9 pkt., a zaufanie klientów i ich lojalność niezmiennie stanowią fundament planów rozwojowych Allegro.
- Liczba klientów Allegro Smart! przekroczyła 5 mln, a w ramach Allegro Pay udzielono w zeszłym roku pożyczek w łącznej wysokości ponad 2 mld zł, przekraczając już wcześniej podniesiony cel roczny. Oba programy poprawiają doświadczenia zakupowe i są łatwo dostępne za pośrednictwem wygodnej w użyciu, wyznaczającej standardy aplikacji Allegro.
- Allegro koncentruje się na zwrotach z inwestycji, rozszerzając rozwiązania dla kupujących i sprzedawców o nowe inwestycje w obszarze realizacji zamówień i logistyki. *One Fulfillment* oraz *One Box by Allegro* podwyższają jakość dostawy i uzupełniają bezkonkurencyjną ofertę Allegro zbudowaną wspólnie z partnerami, jednocześnie wspierając niskokosztowy model logistyczny platformy (model asset-light).
- Grupa rozszerza swoją obecność poza Polską i czeka już tylko na ostatnią wymaganą zgodę regulacyjną Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) przed planowanym połączeniem z Grupą Mall i WE|DO. Jednocześnie Allegro udostępnia

¹ Allegro uwzględniło w tym komunikacie prasowym pewne alternatywne mierniki wyników, które nie są miernikami zdefiniowanymi w Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej. Definicje alternatywnych miar wyników stosowanych przez Allegro można znaleźć w kwartalnym raporcie zarządczym, dostępnym pod adresem: <https://about.allegro.eu/financial-results>.

swoją anglojęzyczną platformę sprzedawcom i kupującym w UE, zwiększając swój zasięg geograficzny oraz kładąc podwaliny pod przyszły wzrost.

- Allegro zrealizowało swoje roczne założenia finansowe, dążąc do utrzymania tempa wzrostu w 2022 roku. Grupa prognozuje, że GMV wzrośnie się w tempie od wysokich nastu do niskich 20%, przychody wzrosną o nieco powyżej 30%, a skorygowana EBITDA o kilkanaście procent (low to mid teens%) r/r. Nakłady inwestycyjne mają zaś sięgnąć 700–750 mln zł, co jest odzwierciedleniem ambicji dotyczących rozwoju platformy.
- Uwzględniając plany dotyczące połączenia z Grupą Mall i WE|DO, Allegro aktualizuje swoje średnioterminowe prognozy, zakładając średni wskaźnik rocznego wzrostu (CAGR) GMV na poziomie powyżej 20% w latach 2022-2026. CAGR przychodów w tym czasie spodziewany jest na poziomie wysokich kilkunastu procent, zaś w przypadku skorygowanej EBITDA - w środkowych lub wyższych rejestrach (mid-to-high) 20% CAGR. Planowane roczne nakłady kapitałowe w latach 2023-2026 wyniosą 1 mld-1,3 mld zł rocznie. Poziom zadłużenia powinien sukcesywnie spadać z około 3.0x przy planowanym przejściu Mall Group do około 1.0x w roku 2025.

„W zeszłym roku przede wszystkim poczyniliśmy znaczące postępy w przygotowaniu Allegro do rozwoju w najbliższej przyszłości” – powiedział **prezes Allegro, François Nuyts**. „Allegro skupia się na nieustannym podnoszeniu jakości zakupów poprzez rozwijanie programu Smart! oraz wprowadzenie Allegro Pay i One by Allegro, co spotkało się z dużym uznaniem klientów. Wynikający z tego wzrost naszej bazy aktywnych kupujących i rosnące ich średnie wydatki to dokładnie ten model, którego skalowanie chcemy kontynuować w Polsce i za granicą. Obecnie 13,5 mln aktywnych kupujących na Allegro, czyli niemal połowa wszystkich internautów w Polsce, może wybierać spośród ponad 250 mln ofert od około 133 tys. sprzedawców. Inwestycje prowadzone przez Allegro przygotowują grunt pod dalszy rozwój i nie zamierzamy zwalniać tempa. Allegro planuje dalej podnosić poprzeczkę w Polsce, rozszerzając działalność zagraniczną”.

GMV grupy wzrosło o 16,7% r/r w IV kwartale 2021 do 12,67 mld zł, czego efektem jest rekordowa wartość brutto towarów sprzedanych na platformie w całym 2021 roku na poziomie 42,6 mld zł, czyli 21,3% wyższym r/r. Dalsza poprawa oferty, cen jak i wygody robienia zakupów, czyli kluczowych czynników, które wpływają na ogólne doświadczenie zakupowe, pomogły Allegro osiągnąć GMV w górnej granicy swoich rocznych oczekiwań, zapewniając przy tym najlepszy w swojej klasie wskaźnik jakości obsługi rNPS (relational Net Promoter Score) w wysokości 78,9 pkt. Rok obfitował w przełomowe projekty i osiągnięte kamienie milowe. Sztandarowy program Allegro Smart!, który już stał się synonimem komfortowych i niedrogich zakupów, a także niezaprzeczalnym punktem odniesienia, zamyka rok z ponad 5 mln klientów. Projektując nowe produkty i usługi Allegro skupiamy się na potrzebach klientów, czego efekty widać też po Allegro Pay – nasza usługa finansowa typu „kup teraz, zapłać później” zachwyciła użytkowników, którzy przyznali jej NPS na poziomie 92,8 pkt. w IV kwartale zeszłego roku. Allegro Pay przekroczyło roczne prognozy, udzielając w 2021 roku pożyczek na łączną kwotę ponad 2,0 mld zł po tym, jak platforma udostępniła usługę wszystkim zainteresowanym.

Obszar dostaw również pozostaje kluczowym obszarem innowacji, a Allegro z powodzeniem wdrożyło model zintegrowanych i sprawnie zarządzanych usług z pomocą swoich partnerów biznesowych. Grupa będzie w dalszym ciągu rozwijać się w modelu asset-light, oferując szybkie, niezawodne i niedrogie dostawy. Sprzedawcy mogą skorzystać z zaawansowanej sieci logistycznej, do której dostęp zapewnia Allegro we współpracy z firmami logistycznymi. Właśnie dzięki partnerstwom dopełnianym wygodnymi usługami własnymi klienti Allegro mogą wybierać spośród blisko 50 tys. wygodnych miejsc odbioru przesyłek. To największa tego typu sieć w Polsce, dzięki czemu Allegro jest zdecydowanie najbardziej dostępną platformą e-commerce'ową. Firma zwiększała również jakość dostaw, oferując sprzedawcom zachęty do szybkiej realizacji wysyłek, jednocześnie współpracując z przewoźnikami, aby udostępnić więcej opcji dostaw. Rozwój elastycznej sieci o niezwykle wysokim potencjale zwiększania skali nie tylko pozwolił przezwyciężyć utrudnienia związane z lockdownami ale i nie wytraca tempa. Świadczy o tym rosnący udział zamówień dostarczanych już następnego dnia, jak i to, że prawie 80% wszystkich zamówień składanych na Allegro dociera do klientów już w ciągu 1–2 dni. Allegro chce dalej udoskonalać sieć dostaw, ponieważ jest to nieodłączny element modelu firmy. Wprowadza też nowe zachęty i pracuje nad jeszcze lepszą integracją ze sprzedawcami od strony technologicznej, aby wspomóc ich rozwój.

W tym celu rozwiązania Allegro opracowane z myślą o sprzedawcach uzupełniane są inwestycjami w ofertę One Fulfillment, aby zapewnić jeszcze szybszą i bardziej ekonomiczną wysyłkę towarów. Aby w jeszcze większym stopniu podnieść jakość dostaw, grupa stworzyła od podstaw ogólnopolską sieć automatów paczkowych One Box by Allegro, wzbogacając tym samym ofertę naszych partnerów i jeszcze bardziej zwiększając wygodę zakupów. Sieć powinna generować oszczędności poprzez zmniejszenie kosztów jednostkowych w miarę zwiększania skali, a na rok bieżący zaplanowano potrojenie liczby nowoczesnych automatów Allegro do 3 tys. Aby uzupełnić ofertę i zoptymalizować ekonomikę dostaw Allegro przejęło firmę X-press Couriers, której infrastruktura stanie się fundamentem regionalnych usług dostawczych platformy. Podsumowując, Allegro nieustannie rozwija działalność, zapewniając przyszły zwrot ze wszystkich inwestycji.

Postępy w realizacji strategii umacniają pozycję Allegro jako platformy pierwszego wyboru nie tylko wśród konsumentów, ale także firm – małych i średnich sprzedawców lokalnych, a także dużych sieci. W gronie ponad 1000 marek i firm handlowych, które w samym tylko 2021 roku zaczęły sprzedaż na Allegro są Dada, Sprandi, Decathlon, Pepco, czy L'Oréal, a usprawniony proces onboardingu przełożył się na trzycyfrowe tempo wzrostu liczby ofert międzynarodowych sprzedawców. Obrazuje to jak szeroko Allegro myśli o poszerzeniu oferty i zwiększaniu zasięgu działania. Poza rozwojem oferty na rynku lokalnym, grupa jest również gotowa do wejścia na rynki międzynarodowe, co z kolei obrazuje najważniejsze wydarzenie 2021 roku, czyli przejęcie Grupy Mall i WE|DO. Transakcja znacznie przyspieszy wejście na nowe rynki i wdrożenie nastawionego na klienta i jakość sprzedaży modelu Allegro w całej Europie Środkowo-Wschodniej i nie tylko.

Przychody Allegro wzrosły o 23,2% r/r i wyniosły 1,6 mld zł w IV kwartale 2021 roku, zwiększając się o 33,9% do 5,35 mld zł w całym 2021 roku. W dalszym ciągu rozwijała się również działalność reklamowa Allegro, wyprzedzając tempo wzrostu GMV na poziomie

29,3% r/r w IV kw. Take Rate wzrósł o 0,96 p.p. r/r do 10,23%, spadając o 0,45 p.p. kw/kw do 9,84%, zgodnie z prognozami. Podsumowując, wyniki w zakresie GMV, przychodów i skorygowanej EBITDA za 2021 roku były zgodne z oczekiwaniami grupy, a nakłady inwestycyjne wyniosły 407 mln zł, czyli poniżej już wcześniej obniżonych szacunków. Allegro prognozuje zbliżoną dynamikę wyników w 2022 – od wysokich nastu do niskich 20% w odniesieniu do GMV i nieco powyżej 30% dla przychodów, przy skorygowanej EBITDA wyższej o kilkanaście procent (low to mid teens%) r/r, bez uwzględnienia realizowanego przejścia Grupy Mall i WE|DO. Zgodnie z wcześniej ogłaszanymi zapowiedziami, wysokość nakładów inwestycyjnych zaplanowano na 700–750 mln zł.

„Choć pandemia z wiatru w żagle przeobraziła się w wiatr prosto w oczy dla całego sektora e-commerce, zrealizowaliśmy nasze plany i zakończyliśmy rok z ekscytującymi nowymi projektami, które pomogą przekształcić naszą działalność i sektor e-commerce w Europie Środkowo-Wschodniej i nie tylko” – powiedział **Jon Eastick, dyrektor finansowy Allegro**. „W 2022 roku spodziewamy się kolejnego roku wzrostu GMV i skorygowanej EBITDA pomimo kosztów związanych ze zwiększaniem skali naszych usług One Fulfillment i One Box. Nasze przekonanie o stabilności tempa rozwoju znajduje odzwierciedlenie w planach inwestycji kapitałowych, w ramach których zamierzamy rozbudować sieć automatów paczkowych do 3 tys. punktów, zwiększyć możliwości w zakresie realizacji zamówień i wprowadzić na platformie nowe ekscytujące funkcje, począwszy od umiędzynarodowienia działalności Allegro. Tu główną rolę odegra przejście Grupy Mall i WE|DO, które zwiększy liczbę źródeł przychodów dzięki rozwojowi Allegro na łącznym rynku prawie dwukrotnie większym niż obecnie”.

Najważniejsze informacje biznesowe

Retail basics

- Liczba aktywnych ofert osiągnęła poziom około 250 mln, co oznacza wzrost o około jedną czwartą w ujęciu rocznym, a w gronie ponad 270 najlepszych marek, które dołączyły do platformy w ostatnim kwartale roku są L'Oréal, Pepco i Crocs.
- Program wsparcia Allegro Ceny obejmuje już większość sprzedawców, dzięki czemu konsumenci mogą znaleźć na Allegro oferty w najbardziej atrakcyjnych cenach.
- Innowacje w zakresie sztucznej inteligencji obejmują między innymi nowe chatboty wspierające kupujących i sprzedawców, a także możliwość wyszukiwania obrazem, które z kolei obejmuje ponad 100 mln ofert, co zwiększa wybór i wygodę robienia zakupów.

Jakość dostaw

- Oparta na partnerstwach 3P sieć zapewnia szybkie, niezawodne i tanie dostawy, bez fizycznego kontaktu towaru po stronie Allegro w drodze od sprzedawcy do konsumenta. Grupa nieustannie podnosi jakość dostaw dzięki wyjątkowemu, autorskiemu oprogramowaniu, wykorzystującemu techniki uczenia maszynowego. Wszystko to opiera

się na wciąż się rozszerzającej ogólnokrajowej sieci punktów odbiorów i nadań, jak i usług kurierskich.

- Platforma wzbogaca ofertę o nowe, własne rozwiązania w zakresie realizacji zamówień i dostaw, między innymi o zbudowaną od podstaw ogólnopolską sieć automatów paczkowych One Box by Allegro w liczbie ponad 1 tys. lokalizacji na koniec 2021 roku. W miarę ich rozwoju, usługi te zwiększają efektywność kosztową i udział dostaw realizowanych w następnym dniu.
- Dzięki przejęciu X-press Couriers, Allegro zwiększyło swoje możliwości w zakresie dostawy tego samego dnia, która jest atrakcyjnym uzupełnieniem obsługi realizacji zamówień i dostaw do automatów paczkowych. Planowane jest rozszerzenie tej oferty na kolejne miasta, aby sukcesywnie zwiększać zwrot z inwestycji.

Allegro Smart! i Allegro Pay

- W programie Smart! przekroczone próg 5 mln klientów, a w ciągu trzech i pół roku od jego uruchomienia to flagowe rozwiązanie Allegro pozwoliło klientom zaoszczędzić ponad 4 mld złotych na samych kosztach wysyłki. Przedsięwzięta promocja rocznego pakietu Smart! przełożyła się na wzrost liczby klientów i prolongat programu.
- Allegro Pay przekroczyło roczne cele, udzielając pożyczek w kwocie 2 mld zł, czyli o 0,5 mld zł wyższej od planowanej. Dzięki prostocie i wygodzie rozwiązania osiągnięto w IV kwartale 2021 r. wiodący w branży wskaźnik NPS w wysokości 92,8 pkt. Razem z Allegro Smart! oferta fintechowa pomogła ustanowić nowe rekordy GMV podczas festiwali zakupowych na platformie Allegro.
- Umowa z AION Bankiem pozwala na wyłączenie części portfela pożyczek Allegro Pay z bilansu grupy oraz zapewnia rozwój usługi w przyszłości. AION nabył w ubiegłym pierwszej transzę udzielonych pożyczek z portfela Allegro Pay za 181,3 mln zł, uwalniając kapitał obrotowy Allegro.

Ekspansja międzynarodowa

- Allegro planuje finalizację przejęcia Grupy Mall i WE|DO w pierwszym półroczu 2022 roku, aby zapewnić sprzedawcom i konsumentom w regionie najwyższą jakość obsługi dzięki połączeniu uznanych marek, wykwalifikowanego i doświadczonego zespołu, wiodącej technologii i bogatego doświadczenia w rozwoju najlepszych w swojej klasie platform 1P i 3P.
- Model wybrany przez grupę, zakładający dostarczanie kupującym i sprzedawcom niedrogich i wygodnych rozwiązań zakupowych, zostanie wdrożony w jeszcze większej skali – w całej UE. Wprowadzona niedawno anglojęzyczna wersja serwisu Allegro zapewnia europejskim klientom dostęp do ponad 60 mln najlepszych cenowo ofert międzynarodowych, zwiększając wybór dla wszystkich stron transakcji w całej UE.

Preferowany pracodawca

- Jako preferowany pracodawca, Allegro planuje dalej zwiększać pulę talentów po tym, jak w 2021 roku do firmy dołączyło ponad 1,5 tys. nowych pracowników. W tym roku firma dokonała również pierwszych rocznych przydziałów akcji w ramach programu motywacyjnego Allegro Incentive Plan. Posiadanie udziałów w firmie powinno skłaniać do realizacji wspólnych celów i promować podejście właścicielskie wśród pracowników, a także pomóc Allegro przyciągać i zatrzymywać najbardziej utalentowanych pracowników w Polsce i za granicą.
- Planowane połączenie z Grupą Mall spowoduje, że organizacja stanie się coraz bardziej międzynarodowa, wielokulturowa i różnorodna, czego wyrazem już na tym etapie jest powołanie nowych członków kadry zarządzającej Allegro.

ESG

- Rating MSCI ESG Allegro.eu wzrósł we wrześniu z BB do A, odzwierciedlając ponadprzeciętne wyniki grupy w zakresie ładu korporacyjnego, polityki prywatności i danych oraz zarządzania zasobami ludzkimi. Grupa przedstawiła obszerne informacje dotyczące ESG w swoim Raporcie Niefinansowym za rok 2021.
- Allegro włączyło się w działania dekarbonizacyjne, angażując się w inicjatywę Science Based Targets (SBTi), skupiającą firmy dążące do ograniczenia emisji zgodnie z wiedzą naukową na temat zmian klimatu. Przystąpiła również do UN Global Compact, największej na świecie inicjatywy skupiającej firmy działające na rzecz zrównoważonego rozwoju.
- W październiku Allegro podpisało Deklarację Różnorodności i Inkluzyjności, podejmując również wewnętrzne działania ukierunkowane na zwiększanie świadomości pracowników w tych obszarach. Celem Allegro jest również to, by w ciągu 5 lat większość dyrektorów była niezależna - firma już zarekomendowała jednego nowego niezależnego dyrektora do zatwierdzenia przez akcjonariuszy.

Wybrane wyniki operacyjne i finansowe Allegro.eu

	2020	2021	Zmiana w %	Q4 2020	Q4 2021	Zmiana w %
Rachunek zysków i strat, w mln zł						
GMV	35.110,9	42.601,7	21,3%	10.851,2	12.668,5	16,7%
Przychody	3.997,8	5.352,9	33,9%	1.299,0	1.600,7	23,2%
EBITDA	1.586,8	1.993,7	25,6%	513,5	461,6	(10,1%)
Skorygowana EBITDA	1.750,0	2.068,5	18,2%	533,5	501,2	(6,1%)
Zysk netto	418,6	1.089,4	160,3%	260,6	199,7	(23,3%)

O Grupie Allegro

Allegro jest platformą zakupów online pierwszego wyboru dla polskich konsumentów, osiągającą wysoki wzrost przychodów, rentowność i przepływy pieniężne przy dużej skali działalności. Grupa prowadzi wiodącą platformę handlową typu marketplace w Polsce, jaką jest Allegro.pl, oraz porównywarkę cenową Ceneo.pl. Jako najbardziej rozpoznawalna marka e-commerce i największy podmiot prowadzący działalność w branży handlu detalicznego artykułami niespożywczymi w Polsce pod względem GMV, Allegro.pl jest również jednym z 10 największych portali e-commerce na świecie oraz należy do 100 największych portali internetowych na świecie pod względem miesięcznej liczby wizyt. Sprzedaż realizowana przez firmy za pośrednictwem platformy e-commerce typu marketplace Allegro.pl obejmuje następujące kategorie produktowe: elektronika, dom i ogród, sport i turystyka, produkty dla dzieci, motoryzacja, moda i obuwie, zdrowie i uroda, książki, multimedia, kolekcje i sztuka oraz supermarket. Platforma Allegro.pl umożliwia sprzedaż nowych produktów przede wszystkim firmom prowadzącym działalność w formule biznes-klient i przyciąga średnio 21 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 66% mieszkańców Polski w wieku 16 lat lub więcej oraz 78% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce.