

## **Allegro zwiększa Skorygowaną EBITDA i przyspiesza wzrost przychodów i GMV w trzecim kwartale, przygotowując się do świątecznego szczytu zakupowego**

### **Najważniejsze parametry finansowe**

- **Wartość sprzedaży brutto (GMV) przyspieszyła wzrost do 21% r/r**, osiągając poziom 12 mld PLN w trzecim kwartale dla polskiej części biznesu. GMV wzrosło we wszystkich kluczowych kategoriach, pokazując stabilność popytu na zapewnianą przez Allegro ofertę.
- Nieustanne poszerzanie oferty oraz zapewnianie jak najlepszych cen zwiększa zainteresowanie klientów Allegro w obliczu pogarszających się warunków makroekonomicznych i wysokiej inflacji, przekładając się na **wzrost przychodów** polskiej części grupy o 32% r/r do 1,63 miliarda PLN w trzecim kwartale.
- **Liczba aktywnych kupujących wzrosła** w trzecim kwartale o ponad 400k r/r ustanawiając nowy rekord na poziomie 13,8 mln. **Średnie GMV na jednego aktywnego kupującego zwiększyło się** zaś o 13,3% r/r do 3 449 PLN, potwierdzając, że kupujący bardziej niż kiedykolwiek cenią sobie konkurencyjne ceny i wygodną dostawę. Jest to widoczne również w poziomie wskaźnika jakości obsługi **rNPS**, czyli miary zadowolenia klientów Allegro, który plasuje się niezmiennie **na najwyższym w branży poziomie 83**.
- **Skorygowana EBITDA** (wynik na działalności operacyjnej przed uwzględnieniem amortyzacji i zdarzeń jednorazowych) **dla polskiej części grupy wzrosła** o 24,6% r/r do 588 mln PLN w trzecim kwartale, **zwiększając też wartość EBITDA na poziomie skonsolidowanym**, zwłaszcza w obliczu ograniczenia strat przez Grupę MALL w ujęciu kwartalnym.<sup>1</sup>
- Allegro kontynuuje **optymalizację sprzedaży własnej (1P) w Grupie MALL**, jednocześnie przygotowując się do planowanego na przyszły rok **wdrożenia w Czechach modelu marketplace**, opartego głównie na ofertach stron trzecich (3P).
- **Włączając Grupę MALL i WE|DO**, skonsolidowane GMV grupy wzrosło o 30,4%, przychody zwiększyły się o 88%, zaś Skorygowana EBITDA była o 13,9% wyższa r/r w trzecim kwartale.
- **Wskaźnik Take Rate** w polskiej części biznesu Allegro **zwiększył się** o 0,76 pp r/r do 11,05% w trzecim kwartale. **Przychody reklamowe** generowane przez polską część biznesu **wzrosły** zaś o 30,5% r/r, poszerzając jednocześnie swój udział w GMV.
- **Allegro potwierdza swoje oczekiwania całoroczne**, zakładając dla działalności w Polsce wzrost GMV w przedziale 15-17%, przy wzroście przychodów na poziomie 23-26% i wzroście Skorygowanej EBITDA o 10-12% r/r. Nakłady inwestycyjne mają zaś wynieść 650-700 mln PLN. Na poziomie skonsolidowanym, GMV ma się zwiększyć o 22-24%, a przychody o 67-71%. Oczekiwania co do Skorygowanej EBITDA na poziomie

<sup>1</sup>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 na str. 11 kwartalnego raportu zarządczego, dostępnego pod adresem: <https://about.allegro.eu/financial-results>.

skonsolidowanym wynoszą +2-6%, zaś nakłady inwestycyjne spodziewane są w przedziale 720-800 mln PLN.

- **Wyniki za trzeci kwartał uwzględniają wynik testu na utratę wartości Grupy MALL i WE|DO.** To niepieniężne zdarzenie zmniejszyło zysk netto w trzecim kwartale, ale **nie miało wpływu na EBITDA grupy, czy na jej przepływy pieniężne.** Nie wpływa ono też na stabilność działalności Allegro ani na priorytety biznesowe firmy. Strategiczny cel w postaci stworzenia przez Allegro czołowej platformy marketplace na rynkach Europy Środkowej i Wschodniej pozostaje bez zmian.

„Nasze wyniki w trzecim kwartale potwierdzają, że Allegro nadal jest najlepszym miejscem dla zakupów online. W obliczu niepewności ekonomicznej i inflacji klienci mają mniej środków do wydania, ale wiedzą, że to u nas mogą znaleźć najlepsze oferty. Mamy plan i odpowiedni zestaw priorytetów do dalszego rozwoju naszej działalności” - powiedział **Roy Perticucci, prezes Allegro.** „Naszym podstawowym celem jest dalszy wzrost w Polsce i poszerzanie naszego udziału za granicą poprzez zwiększanie naszej bazy sprzedawców i konsumentów. Stopniowo przeobrażamy Allegro Pay w działalność, która się finansuje sama. Chcemy wykorzystać też pełny potencjał biznesowy Smart! jak i naszych możliwości jeśli chodzi o szybkość i efektywność dostaw. Kluczowym celem jest teraz wprowadzenie naszego modelu marketplace na arenie międzynarodowej, zaczynając od Czech w przyszłym roku. Jednocześnie koncentrujemy się na odpowiednim zarządzaniu kosztami i dyscyplinie kapitałowej w całej grupie, aby jak najlepiej finansować nasze cele. Allegro ma bez dwóch zdań wszystko, by dalej się rozwijać. Nasz model biznesowy okazuje się najlepszym rozwiązaniem zarówno dla sprzedawców jak i kupujących, którzy mierzą się obecnie z presją inflacyjną. Stworzyliśmy bowiem platformę wzrostu biznesu dla każdego sprzedawcy, a także platformę, która codziennie oferuje duży wybór okazji zakupowych dla wszystkich, którzy chcą utrzymać koszty w ryzach”.

Polska część grupy Allegro, która ma też największy udział w ogólnym biznesie, przyspieszyła wzrost GMV i przychodów w trzecim kwartale odpowiednio do 21% i 32% r/r, zwłaszcza że dołączenie do platformy takich marek jak Triumph, Coty, Porsche, czy Iveco pomogło liczbie ofert przekroczyć 260 mln. Coraz większy wybór jak i niezmiennie skupienie się Allegro na zapewnianiu atrakcyjnych cen przełożyły się na ponowny wzrost liczby aktywnych kupujących do 13,8 mln, podczas gdy średnia generowana przez nich wartość GMV skoczyła o kolejne 13,3% r/r do 3 449 PLN w trzecim kwartale. Wyniki pokazują, że Allegro pozostaje najlepszym rozwiązaniem dla wszystkich, którzy szukają remedium na rosnące koszty, co potwierdza też najwyższy na rynku poziom wskaźnika rNPS (relational net promoter score) wynoszący 83. Poprawa monetyzacji i wyższe przychody reklamowe pomogły Skorygowanej EBITDA polskiej części biznesu Allegro powrócić do tendencji wzrostowej w trzecim kwartale, zwiększając jednocześnie wartość EBITDA na poziomie skonsolidowanym. Allegro Pay kontynuowało solidny wzrost - wartość udzielonych za pośrednictwem tego programu pożyczek przekroczyła 1,4 mld PLN w trzecim kwartale (+156% r/r). Marże Allegro Smart! powinny się tylko polepszać dzięki wprowadzonym w tym miesiącu zmianom w programie, w tym pierwszej podwyżki opłaty subskrypcyjnej w jego czteroletniej historii. Razem z siecią ponad 2100 automatów paczkowych One Box, marki Allegro stały się synonimem wygodnych i niedrogich zakupów, jak również niezaprzeczalnymi wzorcami rynkowymi.

Wzajemnie wspierając swoją atrakcyjność i wygodę, napędzają biznes grupy.

Jako najpopularniejsza platforma e-commerce w Polsce, Allegro chce nadal wzmacniać swoją pozycję w kraju jak i wygrywać za granicą, koncentrując się na integracji przejętych w tym roku aktywów. Poszerzają one zasięg geograficzny grupy na całą Europę Środkową i Wschodnią i obecnie Allegro buduje swoją nową strukturę na mocnych stronach połączonej grupy. Pierwsze efekty już widać - stopniowa optymalizacja sprzedaży własnej (1P) w Grupie MALL pomogła ograniczyć jej straty jak i zwiększyć tamtejsze GMV w trzecim kwartale. Allegro przygotowuje teraz planowane na przyszły rok wdrożenie w Czechach sprawdzonego już w Polsce modelu marketplace, opartego głównie na ofertach innych firm (3P). Tymczasem GMV Grupy MALL z działalności 3P wzrosło o prawie 40% r/r już w trzecim kwartale, osiągając prawie 14% udziału w wartości ogólnej. Nadrzędnym celem pozostaje potwierdzenie przez Allegro statusu platformy pierwszego wyboru zarówno dla kupujących jak i sprzedawców także poza Polską. Skrupulatne budowanie pozycji międzynarodowej grupy jak i jej przywiązanie do rozbudowy oferty oraz zapewnianie jak najlepszych cen i wygody zakupów chroni ją przed wpływem pogarszających się warunków makroekonomicznych, doświadczanych przez większość firm na świecie. Wyniki pozwalają Allegro na utrzymanie oczekiwań całorocznych na niezmiennym poziomie.

„Allegro pozostaje pierwszym wyborem wśród platform e-commerce’owych zarówno dla kupujących, jak i sprzedawców nawet w obliczu rosnącej presji gospodarczej. Umożliwiło to grupie przyspieszenie tempa wzrostu GMV do 21% w trzecim kwartale. Kroki, które podjęliśmy w celu poprawy naszych marż w ostatnich miesiącach przełożyły się na powrót do wzrostu Skorygowanej EBITDA dla polskiej części biznesu” - powiedział **CFO Allegro, Jon Eastick**. „W obliczu wyzwań gospodarczych spotęgowanych wojną w Ukrainie, rosnących kosztów kapitału jak i kosztów codziennego życia w całej Europie, podjęliśmy decyzję o przeprowadzeniu testu na utratę wartości Grupy MALL i WE|DO i zrobienie księgowego odpisu na ponad połowę wartości tych aktywów. Wartość wielu firm z branży e-commerce spadła o 50-70% odkąd rok temu uzgodniliśmy to przejęcie. Jednocześnie trzeba zauważyć, że Grupa MALL zwiększyła GMV w trzecim kwartale i zmniejszyła stratę EBITDA. Pozostajemy niezmiennie skoncentrowani na jak najlepszym wykorzystaniu możliwości rozbudowanej grupy, by poszerzać naszą pozycję międzynarodową, zaczynając od Czech w przyszłym roku. Działania podjęte w celu poprawy rentowności Allegro Smart! w obliczu coraz wyższej inflacji i kosztów dostaw wraz z refinansowaniem wszystkich pożyczek krótkoterminowych i powrotem do spadku naszego lewara finansowego, pomogą nam w nadchodzących kwartałach dobrze nawigować w niepewnych warunkach rynkowych”.

## Najważniejsze informacje biznesowe

### Retail basics

- Allegro poszerzyło swoją ofertę codziennych okazji zakupowych, które pomagają klientom ograniczać koszty. Wśród 30 kluczowych marek, które zadebiutowały na naszej platformie w trzecim kwartale, znalazły się Triumph, Coty, Porsche, Iveco, czy producenci zabawek Haba i Tomy.
- Liczba aktywnych ofert przekroczyła 260 mln, zaś 9 z 10 najlepiej sprzedających się na naszej platformie produktów było najtańszych w Polsce. Allegro poszerzyło też zakres ochrony kupujących do dwóch lat, podwajając maksymalną wartość odszkodowania do 20.000 PLN.

- Użyteczność Allegro Smart! i Allegro Pay przełożyła się nie tylko na zwiększenie liczby użytkowników obu tych programów, ale też ich zaangażowania. Allegro Pay udzieliło pożyczek o wartości 1,41 mld PLN w trzecim kwartale, co stanowi wzrost o 156% r/r przy jednoczesnym zwiększeniu wskaźnika NPS dla tej usługi do najwyższego w sektorze poziomu >95.

## **Jakość dostaw**

- Wraz z partnerami, Allegro kontynuuje poszerzanie swojej sieci dostaw, już obejmującej całą Polskę. Okazuje się ona odporna na zawirowania gospodarcze, co potwierdza też poprawa oferty dostaw następnego dnia po zakupie.
- Sieć automatów własnych One Box obejmuje już ponad 2100 maszyn. Zakontraktowanych lokalizacji jest zaś ponad 2500.

## **Ekspansja międzynarodowa**

- Trwają przygotowania do przyszłorocznego wdrożenia zintegrowanej platformy marketplace w Czechach. Grupa chce się oprzeć wzrost jednocześnie na dwóch lewarach: wdrożeniu platformy 3P jak i dalszej stopniowej poprawie segmentu 1P Grupy MALL.
- Allegro rozpoczęło tzw. etap testów Friends & Family platformy dostosowanej do czeskich oczekiwań i potrzeb. Już prawie 100 mln ofert na Allegro.pl jest gotowych do eksportu, a wszystkie dostępne w Czechach lokalne metody płatności zostały już uwzględnione i są gotowe na start platformy.
- Allegro.com zwiększa międzynarodowy zasięg oferty Allegro, dostępnej obecnie w angielskiej, ukraińskiej i czeskiej wersji językowej.

## **ESG**

- Wpływ na środowisko: Allegro jest pierwszą firmą z Polski reprezentującą branżę e-commerce oraz technologiczną i równocześnie jednym z ponad 1,9 tys. przedsiębiorstw z całego świata, które ustaliły i ogłosiły swoje cele klimatyczne oparte na nauce w zgodzie z Porozumieniem Paryskim oraz zaakceptowane przez Science Based Targets Initiative (SBTi). Polegają one na działaniach firmy zmierzających do ograniczenia emisji w zakresie 1 i 2 do 2030 roku o 38% w porównaniu do roku 2021, przy założeniu rozwoju firmy.
- Solidarność z Ukrainą: 11,7 mln PLN zebranych do tej pory dzięki platformie Allegro Charytatywni, w tym 2,9 mln PLN przekazanych bezpośrednio przez grupę Allegro na wsparcie polskich organizacji społecznych i charytatywnych wspierających uchodźców z Ukrainy.
- Wolontariat pracowniczy: Allegro wprowadziło w sierpniu 2022 dodatkowy, płatny dzień urlopu dla pracowników, do wykorzystania na działania związane z wolontariatem i wsparciem organizacji społecznych.

## **O Grupie Allegro**

Allegro jest platformą e-commerce pierwszego wyboru dla europejskich konsumentów, osiągającą wysoki wzrost przychodów, rentowność i przepływy pieniężne przy dużej skali działalności. Grupa ma swoją siedzibę w Luksemburgu, jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i jest operatorem najchętniej odwiedzanej internetowej platformy handlowej w Europie Środkowej i Wschodniej. Allegro.pl jest też jednym z 10 największych portali e-commerce na świecie oraz należy do 100 największych światowych portali internetowych pod względem miesięcznej liczby wizyt. Za pośrednictwem należącej do Grupy platformy sprzedawcy oferują towary w wielu kategoriach takich jak: elektronika, dom i ogród; sport i turystyka; produkty dla dzieci; motoryzacja; moda i obuwie; zdrowie i uroda; książki; media; kolekcje i sztuka. Platforma umożliwia sprzedaż głównie nowych produktów przez Sprzedających, w szczególności w modelu business-to-customer, zapewniając europejskim Konsumentom łatwy dostęp do milionów ofert po najbardziej konkurencyjnych cenach.