

Komunikat prasowy

Allegro.eu w trzecim kwartale 2020 r. z dalszym wysokim wzrostem kluczowych wyników finansowych i operacyjnych

- Wartość sprzedanych produktów (GMV) na platformie Grupy Allegro.eu w trzecim kwartale 2020 r. wyniosła 8 253 mln zł (+48,7% r/r).
- Przychody netto w trzecim kwartale 2020 r. sięgnęły 928,7 mln zł (+49,7% r/r).
- Skorygowana EBITDA, czyli wynik operacyjny bez amortyzacji i uwzględnienia jednorazowych kosztów związanych z IPO, wyniosła 408,5 mln zł (+26,7% r/r).
- Skorygowany zysk netto za trzeci kwartał tego roku, oczyszczony o zdarzenia jednorazowe (koszty związane z IPO i refinansowaniem zadłużenia), wyniósł 147,4 mln zł (+94,6% r/r).
- Allegro podwyższyło swoje oczekiwania co do całego 2020 r., jeśli chodzi o wzrost GMV (nieznacznie powyżej 50% r/r) i skorygowanej EBITDA (wyraźnie powyżej 20% r/r).

– W trzecim kwartale 2020 r. Allegro poprawiło kluczowe wyniki operacyjne i finansowe. Chociaż ogłaszamy te wyniki z satysfakcją, mamy świadomość, że wszyscy odczuwamy trudną sytuację gospodarczą i społeczną, wywołaną przez Covid-19 w Polsce i na świecie. W tych warunkach zdołaliśmy przyciągnąć na naszą platformę 300 tys. nowych klientów, co z kolei pozwoliło sprzedającym zwiększyć wartość sprzedaży o 48,7% r/r, do ponad 8,25 mld zł. Nasz zespół skupiał się na szeregu inicjatyw, których celem było zwiększenie liczby ofert, zapewnienie konkurencyjnych cen dla konsumentów i jak najlepszych doświadczeń zakupowych. Klienci zwiększają częstotliwość i wartość zakupów – w ostatnim kwartale średnie wydatki na jednego kupującego wzrosły o kolejne 7,4% do blisko 2 500 zł rocznie – powiedział **Francois Nuyts, prezes Allegro**. – Z zadowoleniem widzimy również, że do programu lojalnościowego SMART! dołączyła rekordowa liczba kupujących. Wyniki Allegro pokazują, że popularność zakupów online wśród polskich konsumentów szybko rośnie. W czwartym kwartale obserwujemy dalszy wzrost tego zainteresowania. Allegro jest bardzo dobrze przygotowane na to, by ułatwić konsumentom świąteczne zakupy, a także wspierać sprzedawców w tym kluczowym dla nich okresie.

W trzecim kwartale 2020 r. wartość sprzedanych produktów (GMV) na platformie Grupy wyniosła 8,25 mld zł, co oznacza wzrost o 48,7% r/r. Liczba aktywnych kupujących sięgnęła 12,6 mln, czyli o 0,3 mln więcej niż na koniec pierwszego półrocza 2020 r. i o 1,4 mln więcej niż przed rokiem (+12,9% r/r). Średnia wartość produktów zakupionych przez jednego użytkownika w ciągu ostatnich 12 miesięcy do 30 września br. przekroczyła 2,46 tys. zł, co oznacza wzrost o 28,6% r/r.

Dynamiczny wzrost kluczowych wyników operacyjnych przełożył się na dalszą znaczącą poprawę wyników finansowych. Przychody Grupy w trzecim kwartale br. sięgnęły 928,7 mln zł, tj. o 49,7% więcej niż w analogicznym okresie 2019 r. Największy udział w łącznych przychodach w omawianym okresie miał segment marketplace, czyli prowizje i opłaty pobierane od sprzedających – przychody z tego tytułu wyniosły 771,5 mln zł (+50,2%). Usługi reklamowe przyniosły Grupie 78,3 mln zł przychodów (+62,7% r/r), a porównywarka cenowa Ceneo.pl 37,4 mln zł (+17,6% r/r).

– Po wyjątkowo szybkim rozwoju Grupy Allegro w pierwszej połowie 2020 roku, w trzecim kwartale umocniliśmy naszą pozycję i osiągnęliśmy 48,7% wzrost GMV oraz pozytywną skorygowaną marżę. Skorygowana EBITDA za trzeci kwartał wyniosła 408,5 mln zł i wzrosła o 26,7% rok do roku. Na nasz wynik netto istotnie wpłynęły jednorazowe wydatki związane z przygotowaniem pierwszej oferty publicznej Allegro.eu oraz koszty, głównie niegotówkowe, związane z programami motywacyjnymi, przyznaniem akcji pracownikom i refinansowaniem naszych kredytów. Łączny wpływ tych jednorazowych zdarzeń wyniósł 279,1 mln zł. Nie wliczając tych kosztów, zamiast straty netto za trzeci kwartał mielibyśmy zysk netto w wysokości 147,4 mln zł – wyjaśnił **Jon Eastick, dyrektor finansowy Allegro**.

Publikując wyniki finansowe za trzeci kwartał 2020 r. Allegro zdecydowało się również podwyższyć swoje oczekiwania co do wzrostu GMV i Skorygowanej EBITDA w całym 2020 r. Obecnie zakłada, że GMV wzrośnie w tym roku nieznacznie powyżej 50% r/r, zaś skorygowany wynik EBITDA wyraźnie powyżej 20% r/r. Bez

zmian pozostają założenia dotyczące przychodów (spodziewany wzrost podobny do zanotowanego w pierwszym półroczu, czyli o ponad 50% r/r) oraz CAPEX (230-270 mln zł w 2020 r.). W okresie pierwszych trzech kwartałów tego roku wydatki inwestycyjne wyniosły 166 mln zł.

Wybrane wyniki operacyjne i finansowe Allegro.eu

(mln zł) (dane niebadane)	3 kw. 2020	3 kw. 2019	Zmiana r/r	1-3 kw. 2020	1-3 kw. 2019	Zmiana r/r
GMV	8 253,1	5 551,3	48,7%	24 259,7	15 912,9	52,5%
Przychody	928,7	620,2	49,7%	2 698,8	1 786,7	51,1%
EBITDA	284,7	319,8	-11,0%	1 073,3	944,8	13,6%
Skorygowana EBITDA	408,5	322,4	26,7%	1 216,5	953,8	27,5%
Zysk (strata) netto	(131,7)	73,4	-	158,0	269,1	-41,3%
Skorygowany zysk netto	147,4	75,7	94,6%	454,1	277,3	63,8%

O Grupie Allegro

Allegro jest platformą 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 wiodącą porównywarkę cenową w Polsce – Ceneo.pl.¹ Działalność operacyjna Grupy skierowana jest na rynek handlu detalicznego w Polsce, którego wielkość szacowana jest na 621 mld PLN w 2019 r. i prognozuje się, że wzrośnie ona do 724 mld PLN do 2024 r. Wartość sprzedanych produktów (GMV) na platformie Grupy stanowiła ok. 3% tego rynku w 2019 r. Jako najbardziej rozpoznawalna marka e-commerce i największy podmiot prowadzący działalność w branży handlu detalicznego artykułami niespożywczyymi 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.²

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; kultura, rozrywka, kolekcje i sztuka; oraz supermarket. Platforma Allegro.pl umożliwia sprzedaż nowych produktów przede wszystkim firmom prowadzącym działalność w formule biznes-klient i przyciąga średnio 20 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 63% mieszkańców Polski w wieku 16 lat lub więcej oraz 76% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce.

Na koniec września 2020 r., z platformy e-commerce Grupy korzystało około 12,6 mln aktywnych kupujących. Wartość sprzedanych produktów (GMV) na platformie Grupy osiągnęła wartość 31 mld PLN w okresie 12 miesięcy zakończonym 30 września 2020 r.

Od 12 października 2020 r. akcje Allegro.eu notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Łączna wartość pierwszej oferty publicznej Allegro.eu wyniosła 10,6 mld zł i było to tym samym największe IPO w historii GPW.

Zapytania

W celu uzyskania dodatkowych informacji, prosimy o kontakt:

NBS Communications

Piotr Wojtaszek, Krzysztof Woch, Maciej Szczepaniak
+48 22 826 74 18 | allegro@nbs.com.pl

Allegro

Paweł Klimiuk – Dyrektor ds. Komunikacji
+48 664 412 000 | press@allegro.eu
Michał Kuzawiński – Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich
+48 660 611 118 | IR@allegro.eu

¹ Źródło: OC&C

² Źródło: SimilarWeb