

Allegro notuje solidny, 13-procentowy wzrost GMV w I kwartale pomimo zeszłorocznych lockdownów i osiąga kluczowe cele ekspansji międzynarodowej

Najważniejsze parametry finansowe

- Wartość sprzedaży brutto (GMV) wzrosła o 12,8% r/r do 10,82 mld PLN w I kwartale dzięki dalszemu zwiększaniu liczby ofert, zapewnianiu atrakcyjnych cen oraz rozwojowi Allegro Pay.
- Wskaźnik jakości obsługi NPS, czyli miara zadowolenia klientów, wzrósł do najwyższego w branży poziomu 81, co potwierdza, że model funkcjonowania Allegro jest postrzegany jako właściwa odpowiedź na aktualne wyzwania gospodarcze.
- Przychody wzrosły o 15,1% r/r do 1,39 mld PLN w I kwartale, przy czym przychody z usług reklamowych wzrosły o 21,1% r/r na przestrzeni pierwszych trzech miesięcy roku. Take Rate nie zmienił się istotnie w ujęciu rok do roku i wyniósł 10,46%. Zmiana stawek dofinansowania i prowizji od sprzedaży powinna przełożyć się na wzrost tego wskaźnika w przyszłości.
- Liczba aktywnych kupujących wzrosła w I kwartale o 0,6% r/r do 13,4 mln, natomiast GMV na jednego aktywnego kupującego wzrosło o 14,2% r/r do 3 265 PLN, potwierdzając, że kupujący bardziej niż kiedykolwiek cenią sobie konkurencyjne ceny i szybką dostawę (udział dostaw realizowanych następnego dnia wzrósł o 8 p.p. r/r).
- Skorygowana EBITDA, czyli wynik na działalności operacyjnej przed uwzględnieniem amortyzacji i zdarzeń jednorazowych, zmniejszyła się o 13,6% r/r do 463 mln PLN¹. Wynika to z inwestycji w przyszły wzrost i dalsze zwiększanie satysfakcji klientów w czasie najbardziej wymagającego pod kątem porównawczym kwartału w tym roku. Odbicie marży jest już z kolei widoczne po styczniowym dołku.
- Allegro Pay w I kwartale udzieliło pożyczek o wartości 965 mln PLN, co stanowi wzrost o >400% r/r. Działalność fintechowa grupy uzyskała bezkonkurencyjny wskaźnik NPS na poziomie 94, rozwijając się równoległe z Allegro Smart! i innymi programami, poprawiając doświadczenie zakupowe oraz wspierając wzrost biznesu sprzedających.
- Uzupełnieniem rozwiązań dla klientów i sprzedających są inwestycje w obszarze realizacji zamówień i logistyki, które już teraz przekładają się na rosnący udział dostaw realizowanych następnego dnia. *One Fulfillment*, *One Box by Allegro* jak i *One Kurier* podnoszą jakość dostawy i uzupełniają bezkonkurencyjną ofertę Allegro, jednocześnie wspierając niskokosztowy model logistyczny platformy (model asset-light).
- Ekspansja międzynarodowa Allegro ruszyła zgodnie z planem. Dzięki uruchomieniu Allegro.com klienci z UE zyskali łatwy dostęp do szerokiego, międzynarodowego asortymentu, a sprzedający - do dziesiątek milionów potencjalnych klientów. Sfinalizowane niedawno przejęcie Grupy Mall i WE|DO oznacza podwojenie docelowego rynku połączonej grupy i potencjalnej bazy jej konsumentów w Europie Środkowo-Wschodniej.

¹Allegro 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>.

- Allegro aktualizuje swoje oczekiwania na cały rok dla działalności prowadzonej w Polsce, zakładając wzrost GMV w przedziale 15-20%, przy wzroście przychodów na poziomie 25-30% i wzroście Skorygowanej EBITDA o 10-15% r/r z uwagi na to, że utrzymująca się przez dłuższy czas wyższa inflacja w zakresie żywności, paliw i energii może spowodować osłabienie dyskrejonalnego popytu konsumpcyjnego w dalszej części roku. Nakłady inwestycyjne mają się zaś ograniczyć do 675-725 mln PLN, odzwierciedlając niższe tempo wzrostu w krótkim terminie.
- Allegro oczekuje, że Mall Group wraz z WE|DO powrócą do wzrostu GMV i przychodów w ciągu 9 miesięcy do grudnia 2022 roku. Ich skorygowana strata EBITDA w tym czasie powinna wynieść 80-120 mln PLN, a inwestycje kapitałowe mają sięgnąć 100-120 mln PLN.

„Allegro ma za sobą bardzo solidny początek 2022 roku, który poświęciliśmy na kontynuację budowy fundamentów dla przyszłego wzrostu.” powiedział **prezes Allegro, François Nuyts**. „Sfinalizowaliśmy przejęcie Grupy Mall i WE|DO, dzięki czemu grupa wpłynęła w pełni na międzynarodowe wody, podwajając jednocześnie swój docelowy rynek jak i potencjalną bazę konsumentów w Europie Środkowo-Wschodniej. Główna misja Allegro, polegająca na zapewnieniu dostępu do najwygodniejszej i najnowocześniejszej platformy umożliwiającej sprzedaż stale poszerzającego się asortymentu w najbardziej konkurencyjnych cenach, może być dzięki temu realizowana na jeszcze większą skalę, również dzięki uruchomieniu domeny Allegro.com. Poza ogromnymi postępami w zakresie ekspansji międzynarodowej, I kw. 2022 r. był również okresem dalszego rozwoju Allegro w Polsce. Wzrost odnotowany w tym okresie napędzały m.in. świetne wyniki wypracowane przez fintech Allegro Pay i program lojalnościowy Allegro Smart! Model funkcjonowania naszej platformy okazał się nie tylko odporny, ale również bardzo pomocny w obliczu aktualnych wyzwań rynkowych, przed którymi wszyscy stoimy, ponieważ pomaga zwalczać skutki inflacji i umożliwia pomoc osobom uciekającym przed wojną w Ukrainie”.

Wartość brutto towarów sprzedanych za pośrednictwem Allegro w pierwszym kwartale wzrosła o 12,8% r/r, i była napędzana m.in. wzrostem średniego GMV wśród aktywnych kupujących o 14,2% r/r. Poprzeczka w zakresie danych porównawczych została ustawiona stosunkowo wysoko z uwagi na ubiegłoroczne ograniczenia wprowadzone w ramach lockdownów jak i inwazję Rosji na Ukrainę. Dalsza poprawa w zakresie liczby ofert, cen i wygody robienia zakupów, czyli kluczowych czynników, które wpływają na ogólne doświadczenie zakupowe, pomogły Allegro osiągnąć najlepszy w swojej klasie wskaźnik jakości obsługi rNPS (relational Net Promoter Score) na poziomie 81. Dzięki dodatkowym inicjatywom w zakresie monetyzacji marża Skorygowanej EBITDA polepszyła się po styczniowym minimum. Ciągła koncentracja na potrzebach konsumentów daje wymierne rezultaty, czego przykładem jest Allegro Pay, usługa typu „kup teraz, zapłać później”, która cieszy się coraz większym uznaniem użytkowników. Prostota i bezpieczeństwo Allegro Pay przełożyły się na wzrost wartości pożyczek udzielonych za jego pośrednictwem o ponad 400% do kwoty 965 mln PLN, a także na wzrost NPS do poziomu 94 w pierwszym kwartale roku. Allegro Smart! - które jest już synonimem wygodnych i niedrogich zakupów, a także niezaprzeczalnym wzorcem rynkowym - również kontynuuje swój rozwój, świadcząc za tym, jak produkty i usługi Allegro wzajemnie się wzmacniają, zwiększając swoją atrakcyjność i

wygodę.

Udane wdrożenie przez Allegro modelu zintegrowanych i zarządzanych usług realizowanych z pomocą swoich partnerów biznesowych to cel, który poszerzona grupa chce realizować również na arenie międzynarodowej. Uzupełnieniem wdrożonego na platformie modelu realizacji zamówień i logistyki są liczne partnerstwa, zapewniające szybkie, niezawodne i niedrogie dostawy przynoszące korzyści zarówno dla klientów, jak i sprzedających. Wraz z partnerami Allegro oferuje największą w Polsce sieć punktów odbioru, co czyni ją zdecydowanie najbardziej dostępną platformą e-commerce w kraju. Rozwój efektywnej sieci o niezwykle wysokim potencjale dalszego zwiększania skali nie tylko pozwolił przezwyciężyć utrudnienia związane z lockdownami, ale i nie zwalnia tempa. Świadczy o tym udział zamówień dostarczanych już następnego dnia, który zwiększył się o 8 p.p. r/r. Uzupełnieniem rozwiązań Allegro opracowanych z myślą o sprzedawcach są inwestycje w ofertę *One Fulfillment by Allegro*, ogólnokrajową sieć automatów paczkowych *One Box by Allegro*, a ostatnio także w opcję dostawy *One Kurier*. To wszystko wzbogaca ofertę naszych partnerów i powinno generować oszczędności poprzez zmniejszenie kosztów jednostkowych przy jednoczesnym zwiększeniu wygody zakupów. Platforma podtrzymuje swój cel, jakim jest zwiększenie liczby zielonych automatów paczkowych Allegro do ponad 3 000 w tym roku, także dzięki umowie na zainstalowanie 2 000 automatów paczkowych w placówkach jednej z sieci sklepów. Ostatnie działania Allegro – uruchomienie domeny Allegro.com i rozszerzenie zasięgu działania na Europę Środkowo-Wschodnią – przekładają się na wykładnicze poszerzenie oferty, a jednocześnie umożliwiają kupcom dotarcie do dziesiątek milionów nowych potencjalnych klientów, ponieważ raz wystawiona oferta jest dostępna wszędzie.

Postępy w realizacji strategii umacniają pozycję Allegro jako platformy pierwszego wyboru wśród konsumentów, a także wśród coraz większej liczby firm – zarówno małych i średnich sprzedawców lokalnych, jak i dużych sieci. W samym tylko I kwartale swoje sklepy na Allegro otworzyło ponad 130 czołowych marek, w tym Skechers, Vans, Costa Coffee czy RedBull. Marki te nie tylko sprzedają, ale również kupują na Allegro – tak jak co trzeci Polak jest aktywnym kupującym na Allegro, tak samo co trzecia polska firma co miesiąc robi zakupy na platformie dzięki rozwojowi naszej usługi Allegro Biznes, co jest dowodem na to, jak rosnący asortyment i wygoda współgrają ze sobą na Allegro.

Przychody platformy wzrosły o 15,1% r/r do 1,39 mld PLN, zaś działalność reklamowa Allegro odnotowała wzrost o 21,1% r/r. Wskaźnik Take Rate nie zmienił się istotnie w porównaniu z poprzednim rokiem, utrzymując się – zgodnie z oczekiwaniami – na poziomie 10,46%. Allegro aktualizuje swoje oczekiwania na ten rok, zakładając wzrost GMV na poziomie 15-20%, przy czym przychody mają być o 25-30% wyższe r/r, a Skorygowana EBITDA ma być o 10-15% wyższa r/r bez uwzględnienia wyników Grupy Mall i WE|DO. Nakłady inwestycyjne w całym roku zostały ograniczone do 675-725 mln PLN.

„Wzrost GMV Allegro o prawie 13% w I kwartale pozwala nam oczekiwać dobrej dynamiki również w kolejnych kwartałach”, **powiedział Jon Eastick, dyrektor finansowy Allegro**. „Pomimo strasznych i nieoczekiwanych wydarzeń w Ukrainie oraz ubiegłorocznych lockdownów, które przełożyły się na trudne do powtórzenia wyniki w okresie porównawczym, Allegro udowodniło odporność swojego modelu działania oraz siłę swoich licznych dźwigni wzrostu, dzięki którym udało się osiągnąć tak dobre wyniki. Koncentrujemy

się na zapewnieniu atrakcyjnych cen i wygodnego dostępu do jak najszerszego asortymentu, przyspieszeniu szybkiej i bezpłatnej dostawy w ramach programu lojalnościowego Smart! oraz łatwego dostępu do rozwiązań typu „kup teraz, zapłać później” dzięki Allegro Pay. Jesteśmy przekonani, że nasza oferta stanowi świetną odpowiedź na czasy wysokiej inflacji i presji na portfele kupujących. Jak najbardziej rozumiemy, że wyższe tempo inflacji może ograniczyć popyt konsumencki, co odzwierciedliliśmy w naszych zaktualizowanych oczekiwaniach na ten rok. W I kwartale podjęliśmy kroki mające na celu zrównoważenie kosztów naszych inwestycji, takich jak zwiększony dostęp do dostaw kurierskich w programie Smart! z dodatkowymi inicjatywami w zakresie monetyzacji, dzięki czemu od stycznia dynamika naszych marż uległa poprawie. Dzięki przejęciu Grupy Mall i WE|DO oraz uruchomieniu Allegro.com dysponujemy narzędziami, które umożliwią nam międzynarodową ekspansję i otworzą przed naszymi sprzedawcami nowe rynki i możliwości.”

Wybrane wyniki operacyjne i finansowe Allegro.eu

	I kw. 2022	I kw. 2021	Zmiana %
Rachunek zysków i strat, w mln PLN			
GMV (w mln PLN)	10 824,1	9 596,4	12,8%
Przychody	1 392,6	1 210,2	15,1%
EBITDA	432,5	527,5	(18,0%)
Skorygowana EBITDA	462,9	535,6	(13,6%)
Zysk netto	166,9	269,6	(38,1%)

Najważniejsze informacje biznesowe

Retail basics

- Dalszy dwucyfrowy wzrost liczby aktywnych ofert r/r. W I kw. dodano ponad 130 popularnych marek, w tym Skechers, Vans, Velvet, Costa Coffee, Grohe, RedBull.
- W I kwartale Allegro Pay udzieliło pożyczek o wartości 965 mln PLN, co stanowi wzrost o >400% r/r dzięki prostocie i wygodzie oferty, która zapewniła jej wiodący w branży wskaźnik NPS na poziomie 94. Umowa z Aion Bankiem pozwala na wyłączenie części portfela pożyczek Allegro Pay z bilansu grupy, co zapewnia rozwój usługi w przyszłości. W I kwartale Aion nabył od Allegro Pay pożyczki konsumenckie o wartości 210 mln PLN.
- Allegro Biznes odnotowało prawie 36-procentowy wzrost liczby kupujących z kontem firmowym od momentu uruchomienia tej usługi w lutym 2021 roku. Co trzecia polska firma robi co miesiąc zakupy na Allegro, dzięki oferowanemu przez nas asortymentowi, cenom i wygodzie. Klienci biznesowi dokonują częstych zakupów, a wartość ich koszyka jest większa niż w przypadku klientów indywidualnych.

Jakość dostaw

- Allegro nieustannie podnosi jakość dostaw dzięki dalszemu rozwojowi swojej sieci

Merchant-Fulfilled oraz zachętom dla sprzedających, co przełożyło się na poprawę w zakresie dostaw następnego dnia w I kwartale o 8 p.p. r/r.

- Usługa *One Fulfillment* została uruchomiona komercyjnie w połowie stycznia, sieć *One Box* ma do końca roku obejmować ponad 3 000 nowoczesnych automatów paczkowych, a dodatkowo pozyskano opcję na zainstalowanie 2000 automatów paczkowych w placówkach jednej z sieci sklepów.
- Rozwiązanie *One Box* będzie wkrótce dostępne dla wszystkich sprzedających.

Ekspansja międzynarodowa

- Allegro sfinalizowało przejęcie Grupy Mall i WE|DO w kwietniu 2022 r., aby zapewnić sprzedawcom i konsumentom w regionie najwyższą jakość obsługi. Dzięki połączeniu uznanych marek, wykwalifikowanego i doświadczonego zespołu, a także wiodącej technologii i bogatego doświadczenia w rozwoju najlepszych w swojej klasie platform 1P i 3P integracja przebiega zgodnie z planem, a także udało się już zrealizować kilka pierwszych założeń.
- Model wybrany przez grupę, zakładający zapewnienie najlepszych doświadczeń zakupowych kupującym i sprzedającym, jest obecnie wdrażany w jeszcze większej, europejskiej skali. Wprowadzona niedawno anglojęzyczna wersja serwisu, Allegro.com, zapewnia europejskim klientom dostęp do ponad 60 mln ofert międzynarodowych, zwiększając wybór dla wszystkich stron transakcji w całej UE.

ESG

- Nasza platforma pomogła zebrać do tej pory ponad 10 mln PLN za pośrednictwem portalu Allegro Charytatywni w celu pomocy Ukraińcom uciekającym przed rosyjską inwazją. Kwota ta obejmuje 1,1 mln PLN przekazanych w I kwartale przez Grupę Allegro bezpośrednio na rzecz polskich organizacji charytatywnych wspierających uchodźców. Platforma uruchomiła również swoją ukraińskojęzyczną wersję i aktywnie angażuje się w działania pomocowe podczas obecnego kryzysu humanitarnego związanego z wojną w Ukrainie.
- Allegro, jako pierwsza platforma e-commerce w Polsce, zaangażowała się w inicjatywę Science Based Targets i ogłosiła swoje cele klimatyczne. Grupa chce stać się inspiracją w dążeniu do realizacji podobnych celów dla swoich klientów.
- Allegro przyjęło Deklarację Różnorodności, podkreślając znaczenie różnorodności i inkluzywności wśród swoich prawie 5 tys. pracowników w Polsce i ponad 7 tys. pracowników w nowo utworzonej grupie regionalnej.
- Tylko w ubiegłym roku platforma Allegro Charytatywni pomogła w zebraniu 40 mln zł na rzecz organizacji pozarządowych. Grupa aktywnie współpracuje z wieloma inicjatywami charytatywnymi i społecznymi, jest liderem w edukacji technologicznej i angażuje się w różne projekty mające na celu pomoc kobietom, uczniom i studentom oraz start-upom. Wszystkie inicjatywy podjęte przez Allegro są przedstawione w najnowszym raporcie ESG grupy, który jest dostępny pod tym linkiem.

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.