

Allegro splnilo svá předsevzetí pro rok 2022 a je připraveno na spuštění nákupní platformy v ČR

31.5.2023 - | Internet Mall

„Rok 2022 byl pro online obchodníky nepochybně jedním z nejnáročnějších v historii. Máme proto velkou radost, že můžeme říci, že pro Allegro to byl další rok růstu,“ říká Roy Perticucci, CEO společnosti Allegro. „Allegro představilo své vyhlídky na rok 2022 loni 24. února, tedy v tentýž den, kdy Rusko napadlo Ukrajinu. Tragédie pokračuje a nadále mění geopolitické poměry, vytváří inflační tlak a ekonomické obavy, otřásá dodavatelským řetězcem i obchodními plány celého odvětví. Snažíme se proto nastalé situaci maximálně přizpůsobit. Poté, co se společnost Allegro během pandemie etablovala jako opora pro všechny zákazníky, prokázala i nyní svůj status nejpohodlnější nákupní platformy, která dobře slouží klientům také v době inflace. Splnili jsme všechna svá finanční očekávání pro rok 2022 a nyní se rychlým tempem blížíme k dalšímu cíli, kterým je uvedení našeho modelu tržiště na mezinárodní trh - počínaje letos Českou republikou. Zároveň se v rámci celé skupiny zaměřujeme na řízení kapitálu a nákladovou disciplínu, abychom mohli naše cíle financovat. Chceme být připraveni na to, až se makroekonomická situace zlepší, a využít naše know-how k vybudování a rozšíření ziskového tržiště. Jsme přesvědčeni, že nás klientská základna MALL na této cestě posune o pěkných pár let dopředu. Máme plán a správně nastavené priority, abychom byli dostatečně v kondici k dalšímu růstu.“

Polské aktivity společnosti Allegro, které tvoří přibližně 95 % celkové obchodní činnosti, zaznamenaly v loňském roce celoroční růst GMV o 15,9 % a tržeb o 24,1 %, přičemž upravená EBITDA vzrostla meziročně o 11,6 % a CAPEX dosáhl výše 662 milionů zlotých - vše v souladu s očekáváním. Ve čtvrtém čtvrtletí, během něhož společnost Allegro začala implementovat své pro-efektivní priority, došlo k dalšímu oživení ziskovosti, přičemž 14% meziroční růst GMV se promítl do 26,5% nárůstu tržeb a 41,2% nárůstu upraveného zisku EBITDA v ročním vyjádření, a to díky zvýšení tržeb z růstu GMV při vyšších Take Rates. V posledním čtvrtletí se připojilo více než 160 nových významných obchodních partnerů, čímž se celkový počet nabídek zvýšil do konce roku 2022 na celkových 290 milionů. Rostoucí výběr zboží spojený s neochvějným důrazem společnosti Allegro na atraktivní ceny pomohl zvýšit počet aktivních kupujících nad 14 milionů, zatímco průměrná GMV, kterou vytvořili, se ve 4. čtvrtletí meziročně zvýšila o dalších 11,3 % na 3 515 zlotých. Allegro nadále zůstává nejlepším řešením v boji s rostoucími každodenními náklady, přičemž nabízí nejnižší cenu u 9 z 10 nejoblíbenějších produktů.

Nabídka Allegra „kup nyní zaplať později“ s názvem Allegro Pay pokračovala v silném růstu a hodnota poskytnutých úvěrů dosáhla v loňském roce >5,5 miliardy zlotých, což je více než 3,7násobek výsledku předchozího roku a 1,5 miliardy zlotých nad celoročním cílem. Allegro Pay zároveň plánuje ve spolupráci s AION Bank v letošním roce uvést na trh nové finanční produkty a služby. Změny v cenách Allegro Smart! částečně zmírní dopad indexace na náklady na doručování, věrnostní předplatné se od poloviny listopadu totiž postupně obnovuje, aniž by mělo negativní dopad na zákaznickou základnu. Společnost Allegro plánuje v roce 2023 ještě lépe využít svých 2 500 schránek One Box v Polsku a dále tak rozšířit svou šedesátitisícovou - největší polskou - síť výdejních míst. Společně se značkou One Kurier pomohla společnosti Allegro završit rok s 99,6 % vánočních objednávek doručených včas, a to i přesto, že platforma o dva dny prodloužila lhůtu pro doručení svátečních objednávek. Značky Allegra - které jsou již dnes synonymem pohodlného a cenově

dostupného online nakupování – si navzájem nadále zvyšují atraktivitu i pohodlí a zároveň podporují podnikání společnosti Allegro. Rozsáhlá nabídka Allegra je skutečně něco, co se vejde přímo do dlaně, a to v podobě nejmodernější aplikace Allegro, která je nejoblíbenějším nákupním nástrojem v Polsku s více než 11 miliony průměrně aktivních uživatelů měsíčně.

Z pozice nejoblíbenějšího hráče v oblasti elektronického obchodu v Polsku chce Allegro i nadále posilovat svou pozici na domácím trhu a zároveň získávat přízeň v zahraničí. V souvislosti s tím se společnost zaměřuje na integraci své nedávné akvizice, která rozšiřuje geografickou působnost skupiny ve střední a východní Evropě. Pokrok ve využívání společných silných stránek skupiny se již projevuje, přičemž sezónně lepší výsledky aktivit MALLu v rámci first-party (1P) pomohly ve 4. čtvrtletí dále omezit jeho ztráty, neboť růst GMV ze ziskovějších nabídek třetích stran (3P) překonal v posledních třech měsících roku propad GMV segmentu 1P. Společnost Allegro se nadále zaměřuje na náklady MALLu, zlepšuje řízení zásob a zároveň zvyšuje dostupnost a cenovou konkurenceschopnost nejprodávanejších produktů. Skupina nyní připravuje mezinárodní rozšíření svého úspěšného modelu tržiště založeného převážně na nabídkách 3P, počínaje letošním rokem v České republice. Snaží se tak upevnit svůj status platformy pro všechny zákazníky – kupující i obchodníky – i mimo Polsko. Allegro úspěšně spustilo službu Smart! pro české zákazníky MALL, aby podpořilo migraci zákazníků na plánovanou platformu Allegro.cz, která se nyní testuje v režimu Friends & Family. Skupina nadále optimalizuje své týmy napříč zeměmi s cílem co nejlépe zapojit své mezinárodní zaměstnance.

Komplexní přístup k ESG se promítl do zvýšení hodnocení MSCI ESG Rating pro Allegro na AA z A a také do prvního místa mezi Diversity Leaders v kategorii maloobchod podle žebříčků Financial Times a Statista. Allegro je jednou z pouhých sedmi polských společností s klimatickými cíli, a to včetně závazku snížit do roku 2030 emise skleníkových plynů v rozsahu 1 a 2 o 38 %, který schválila SBTi. Charitativní platforma Allegro Charytatywni zároveň shromáždila dary ve výši 56 milionů PLN, a to včetně pomoci uprchlíkům z válkou zmítané Ukrajiny.

*„Naším cílem je nadále zvyšovat GMV v Polsku tím, že vyrovnáme dosud nedostatečně indexované kategorie a prostřednictvím reklamy podpoříme ziskovost a monetizaci,“ říká **CFO společnosti Allegro Jon Eastick**. „Důraz klademe na to, aby se marže v Polsku vrátila k cílové hodnotě 5 %. Současně se snažíme urychlit růst GMV na úrovni skupiny prostřednictvím uvedení mezinárodního tržiště Allegro, počínaje působením MALL v Česku. Naším klíčovým strategickým směrem je pokračovat v optimalizaci nákladů a zvyšování efektivity v rámci celé skupiny, stejně jako výrazně snížit CAPEX, abychom dále podpořili zlepšování cashflow a pokračovali ve snižování dluhu.“ Poté, co jsme rok 2022 dokončili v souladu s našimi očekáváními, přecházíme na poskytování čtvrtletních výhledů. Zvážili jsme tržní praxi mezi klíčovými světovými společnostmi v oblasti elektronického obchodu a dospěli jsme k závěru, že tento přístup je vhodnější. Naše výsledky za první čtvrtletí letošního roku jsou více než uspokojivé a očekává se další růst GMV, tržeb a upraveného zisku EBITDA jak na polské, tak na konsolidované úrovni.“*

<https://www.mall.cz/tiskova-zprava-30-03-2023>