

Shoper – komentarz do konferencji z zarządem po wynikach za 2Q'24

2024-08-07

Shoper podał dzisiaj wstępne wyniki za 2Q'24 i jednocześnie zorganizował konferencję. Pełne sprawozdanie półroczne planuje opublikować 19 września.

W 2Q'24 Shoper odnotował **imponujące wyniki finansowe**, osiągając GMV omnichannel (opis na końcu) na poziomie 3,5 mld PLN, co stanowi wzrost o 61% r/r. Przychody wyniosły 46,1 mln PLN, co oznacza wzrost o 27% r/r, a EBITDA skorygowana wzrosła o 32% r/r, osiągając 15,8 mln PLN. Były to najwyższe kwartalne przychody w historii firmy. Rentowność EBITDA wyniosła 34,2%. Wysoki wzrost przychodów wspierał rozwój platformy Apilo oraz współpraca z home.pl. Mimo to, wskaźniki Take Rate (opis na końcu) spadły o 0,36 p.p. r/r dla Omnichannel i 0,12 p.p. dla Sklepów.

Przychody **segmentu Rozwiązania**, z 78% udziałem w przychodach, wzrosły o 31%, natomiast w **segmencie Abonamenty** o 14%. W segmencie Rozwiązania: Usługi Finansowe i Reklama Cyfrowa miały największy udział w przychodach, a Usługi Logistyczne odnotowały najwyższą dynamikę wzrostu, wynoszącą 63% r/r.

Szybki wzrost skorygowanego zysku EBITDA spółka uzasadnia głównie optymalizacji procesów biznesowych i wzrostowi efektywności, a także postępującej integracji procesów biznesowych i technologicznych w ramach spółek i platform tworzących Grupę. W ujęciu LTM: przychody wzrosły do 171,4 mln PLN, a EBITDA skorygowana wyniosła 58,0 mln PLN.

Wyniki te potwierdzają ciągły i dynamiczny rozwój firmy, znaczne szybszy niż ogół rynku e-commerce, który wciąż pozostaje w okresie spowolnienia wzrostu, po wysokich dynamikach w czasie pandemii.

Outlook na resztę roku. W drugiej połowie roku firma planuje dalszy wzrost popularności platformy do sprzedaży wielokanałowej, szybki rozwój usług finansowych, wprowadzenie nowych funkcjonalności logistycznych (Shoper Przesyłki, Shoper Broker, fulfilment), rozwój usług związanych ze sprzedażą międzynarodową oraz poprawę konwersji i GMV dzięki nowej aplikacji Storefront. Dodatkowo, spółka będzie stopniowo zwiększać przychody z bazy klientów home.pl i wzmacniać pozycję wśród średnich i dużych przedsiębiorstw.

Nowe technologie. Spółka efektywnie wykorzystuje AI, wdrażając i testując rozwiązania takie jak Content AI do tworzenia treści, Avatary AI do videopodsumowań, oraz analitykę internetową AI do generowania wniosków i rekomendacji. Dodatkowo intensyfikuje modelowanie danych AI, Benchmark AI do porównań, rekomendacje AI, chatboty AI oraz Voicebot AI do automatyzacji kontaktów z klientami.

Usługi płatnicze. Nawiązano współpracę z Paypro, operatorem Przelewy 24, największym dostawcą płatności elektronicznych w Polsce. Partner ten, będący częścią międzynarodowej Grupy Nexi, obsługuje płatności w Polsce, Europie Środkowo-Wschodniej, Zachodniej oraz USA, wspierając ponad 1300 sklepów w ciągu 60 dni.

Shoper - skonsolidowane wyniki kwartalne (mln PLN)

	2q'22	3q'22	4q'22	1q'23	2q'23	3q'23	4q'23	1q'24	2q'24	r/r
Przychody	28,8	31,4	36,8	35,1	36,4	37,4	43,6	44,2	46,1	26,7%
EBITDA	8,1	7,7	11,9	10,1	10,6	11,0	14,1	13,7	15,8	49,0%
EBIT	6,0	5,0	9,0	6,8	7,2	7,5	10,3	10,0	12,0	66,1%
marża EBIT	20,9%	15,9%	24,4%	19,3%	19,9%	20,0%	23,7%	22,5%	26,0%	
Zysk netto	4,5	3,0	6,4	5,1	6,6	5,4	9,1	7,8	9,2	38,6%
marża zn	15,6%	9,5%	17,3%	14,5%	18,2%	14,4%	20,9%	17,6%	20,0%	
CF Operacyjny	3,5	8,3	12,7	11,9	9,2	9,7	15,0	15,7		
CF Inw est	-17,6	-4,9	-4,2	-2,5	-6,1	-4,3	-3,4	-5,5		
CF Finansowy	-0,5	-10,7	-5,1	-3,2	-5,8	-1,1	-14,0	-1,2		

Źródło: Shoper, Notoria Serwis, BM Banku Millennium

Usługi logistyczne. Shoper nawiązał współpracę z XBS Group, oferując fulfillment, szybszą dostawę, elastyczność magazynową i współpracę z kurierami. XBS Group posiada 20-letnie doświadczenie i 7 magazynów o powierzchni 70 tys. m². Dodatkowo rozszerzył ofertę usług kurierskich na Polskę i świat, w tym automatów paczkowych, współpracując z UPS i Orlen Paczka, wprowadzając hybrydowy model współpracy i atrakcyjne usługi door-to-door i PUDO, co korzystnie wpływa na marżę.

Reklama cyfrowa. Firma zainwestowała w MarTech, oferując ponad 3000 usług SEO/PPC, generujących 2,5 mld PLN GMV w 3 lata. Usługi dostępne jako stand-alone, wspierane przez 90 specjalistów, zwiększają przychody z płatności i logistyki. Przychody z reklamy cyfrowej PPC wzrosły o 29%, a SEO o 23% rdr.

Partnerstwo z Alibaba. Shoper i Alibaba nawiązały strategiczne partnerstwo, koncentrując się na rozwoju rynku europejskiego, głównie w Polsce. Alibaba zainwestowała w centra logistyczne i sponsorowała duże imprezy sportowe, aby promować swoje marki. Wspólnie z Shoper rozwinęto ofertę marketplace, produkty reklamowe i działania edukacyjne wspierające eksport polskich firm, rozszerzając ofertę cross-border.

Adam Zajler

Biuro Maklerskie Banku Millennium SA

e-mail: adam.zajler@bankmillennium.pl

Opisy pojęć użytych w tekście:

GMV (Gross Merchandise Value) omnichannel to całkowita wartość brutto towarów sprzedanych za pośrednictwem różnych kanałów sprzedaży, które firma obsługuje. Termin "omnichannel" odnosi się do strategii sprzedaży, która integruje różne kanały sprzedaży, zarówno online, jak i offline, aby zapewnić spójną i zintegrowaną obsługę klienta. W kontekście Shoper, GMV omnichannel obejmuje sprzedaż realizowaną przez sklepy internetowe korzystające z platformy Shoper, a także przez inne kanały sprzedaży, takie jak marketplaces (np. Allegro, Amazon), social media (np. Facebook, Instagram) oraz sprzedaż w punktach stacjonarnych, jeżeli są one zintegrowane z systemem Shoper.

GMV omnichannel jest ważnym wskaźnikiem, ponieważ pokazuje ogólną skalę działalności handlowej realizowanej przez klientów korzystających z platformy Shoper, niezależnie od tego, przez który kanał dokonali sprzedaży. Wysoki wzrost GMV omnichannel wskazuje na rosnącą popularność i skuteczność strategii omnichannel wdrażanej przez firmę, co może przekładać się na lepsze wyniki finansowe oraz większą satysfakcję klientów.

Wskaźnik **Take Rate** to procentowa prowizja, jaką Shoper pobiera od całkowitej wartości brutto towarów (GMV) sprzedanych przez sklepy internetowe korzystające z platformy Shoper. Innymi słowy, jest to część wartości transakcji, którą Shoper zatrzymuje jako swoją opłatę za usługi. Wskaźnik ten jest kluczowym wskaźnikiem efektywności finansowej, ponieważ pokazuje, ile firma zarabia na każdej transakcji przetwarzanej przez jej platformę.

Wzrost lub spadek wskaźnika Take Rate może odzwierciedlać zmiany w polityce cenowej firmy, strukturze opłat lub konkurencji na rynku. Na przykład spadek Take Rate może oznaczać, że firma oferuje niższe prowizje, aby przyciągnąć więcej sprzedawców lub zwiększyć wolumen transakcji, podczas gdy wzrost Take Rate może wskazywać na zwiększenie opłat za korzystanie z platformy.

PPC – Pay-per-Click

SEO – Search Engine Optimization

Ważne informacje

Wszelkie informacje zawarte w niniejszym raporcie mają wyłącznie charakter informacyjny i nie stanowią one rekomendacji w rozumieniu Rozporządzenia delegowanego komisji (UE) 2016/958 z dnia 9 marca 2016 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących środków technicznych do celów obiektywnej prezentacji rekomendacji inwestycyjnych lub innych informacji rekomendujących lub sugerujących strategię inwestycyjną oraz ujawniania interesów partykularnych lub wskazań konfliktów interesów, , wyniku doradztwa inwestycyjnego, oferty ani też kierowanego do kogokolwiek (lub jakiejkolwiek grupy osób) zaproszenia do zawarcia transakcji na instrumencie bądź instrumentach finansowych.

Niniejszy raport został przygotowany z dochowaniem należytej staranności i rzetelności, w oparciu o fakty uznane za wiarygodne, jednak Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. nie gwarantuje, że są one w pełni dokładne i kompletne. Podstawą przygotowania raportu były wszelkie informacje na temat spółek, jakie były publicznie dostępne i znane sporządzającemu do dnia jego sporządzenia. Przedstawione prognozy są oparte wyłącznie o analizę przeprowadzoną przez Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. bez uzgodnień ze spółkami będącymi przedmiotem raportu ani z innymi podmiotami i opierają się na szeregu założeń, które w przyszłości mogą okazać się nietrafne. Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. nie udziela żadnego zapewnienia, że podane prognozy sprawdzą się. Inwestowanie w akcje spółek wymienionych w niniejszej analizie wiąże się z szeregiem ryzyk związanych między innymi z sytuacją makroekonomiczną, zmianami regulacji prawnych, zmianami sytuacji na rynkach towarowych, ryzykiem stóp procentowych, których wyeliminowanie jest praktycznie niemożliwe. Osoby, które brały udział w sporządzeniu niniejszego materiału, wg informacji w dniu sporządzenia raportu, nie posiadały akcji spółek wymienianych w raporcie ani żadnych instrumentów finansowych, których wartość jest w sposób istotny związana z wartością akcji emitowanych przez ww. spółki (np. instrumentów pochodnych na akcje).

Treść raportu nie była udostępniona spółkom będącym przedmiotem raportu przed jego opublikowaniem. Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. nie ponosi odpowiedzialności za szkody poniesione w wyniku decyzji podjętych na podstawie informacji zawartych w niniejszym raporcie analitycznym.

Osoba lub osoby wskazane na pierwszej stronie niniejszego raportu sporządziły analizę. Wynagrodzenie otrzymywane przez osoby sporządzające raport nie jest bezpośrednio zależne od wyników finansowych uzyskiwanych przez Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. w ramach transakcji lub usług z zakresu bankowości inwestycyjnej, dotyczących instrumentów finansowych emitentów, których dotyczy niniejszy raport.

Niniejszy raport stanowi badanie inwestycyjne w rozumieniu przepisów Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy. Raport został przygotowany przez Biuro Maklerskie Banku Millennium S.A. wyłącznie na potrzeby klientów Biura Maklerskiego Banku Millennium S.A., nie stanowi reklamy ani oferowania papierów wartościowych, może być on także dystrybuowany za pomocą środków masowego przekazu, na podstawie każdorazowej decyzji Dyrektora Departamentu Analiz Rynków Kapitałowych. Rozpowszechnianie lub powielanie niniejszego materiału w całości lub w części bez pisemnej zgody Biura Maklerskiego Banku Millennium S.A. jest zabronione. Niniejszy dokument, ani jego kopia nie mogą zostać bezpośrednio lub pośrednio przekazane lub wydane osobom w USA, Australii, Kanadzie, Japonii.

Nadzór nad Biurem Maklerskim Banku Millennium S.A. sprawuje Komisja Nadzoru Finansowego.

Rozwiązania organizacyjne, administracyjne i bariery informacyjne ustanowione w celu zapobiegania konfliktom interesów

Zasady zarządzania konfliktami interesów w Biurze Maklerskim Banku Millennium S.A. zostały zawarte w Polityce przeciwdziałania konfliktom interesów w Biurze Maklerskim Banku Millennium S.A. Skuteczne zarządzanie konfliktem interesów ma na celu działanie w najlepiej pojętym interesie Klienta i jest realizowane poprzez ustanowione środki ograniczania takiego ryzyka. W tym celu zostały wdrożone zasady odnoszące się do przyjmowania oraz przekazywania świadczeń pieniężnych i niepieniężnych, tzw. zachęt a także zawierania transakcji osobistych Osób zaangażowanych w Biurze Maklerskim Banku Millennium S.A.

Przyjęte dla zapobiegania konfliktom interesów rozwiązania organizacyjne określa między innymi Regulamin organizacyjny Biura Maklerskiego, który przewiduje: (a) nadzór nad osobami, których główne funkcje obejmują prowadzenie działań w imieniu lub świadczenie usług dla Klientów, których interesy mogą być sprzeczne lub którzy w inny sposób reprezentują różne sprzeczne interesy, w tym interesy Biura Maklerskiego; (b) środki zapobiegające lub ograniczające wywieranie przez osobę trzecią niewłaściwego wpływu na sposób, w jaki upoważniona osoba wykonuje czynności, w ramach usług świadczonych przez Biuro Maklerskie (c) organizacyjne oddzielenie od siebie osób (zespołów) zajmujących się wykonywaniem czynności, które wiążą się z ryzykiem powstania konfliktu interesów, (d) zapewnienie każdej jednostce organizacyjnej Biura Maklerskiego i jej pracownikom niezależności w zakresie, w jakim dotyczy to interesów Klientów, na rzecz których taka jednostka wykonuje określone czynności.

Przyjęte dla zapobiegania konfliktom interesów rozwiązania określa również Regulamin wynagradzania, który zapewnia, że nie istnieją żadne powiązania pomiędzy wysokością wynagrodzeń pracowników różnych jednostek organizacyjnych lub wysokością przychodów osiąganych przez różne jednostki organizacyjne, jeżeli jednostki te wykonują czynności, które wiążą się z ryzykiem powstania konfliktu interesów.

Ograniczenia dotyczące przepływu informacji w celu zapobiegania konfliktom interesów, w tym informacji poufnych i stanowiących tajemnicę zawodową, określa Regulamin ochrony przepływu i uniemożliwienia wykorzystywania oraz przetwarzania informacji poufnych i przestrzegania tajemnicy zawodowej w Biurze Maklerskim Banku Millennium S.A.