

VK Company Limited

Финансовые и операционные результаты

2 квартал 2022 г.



Заявление об ограничении ответственности

Информация, представленная в данной презентации, может включать заявления прогнозного характера. Прогнозные заявления содержат заявления, касающиеся планов, задач, целей, стратегий, будущих событий или результатов деятельности, а также лежащие в их основе предположения и другие заявления, которые отличаются от заявлений об исторических фактах. Слова "полагать", "ожидать", "предвидеть", "намереваться", "оценивать", "прогнозировать", "проектировать", "будет", "может", "должен" и подобные выражения относятся к заявлениям прогнозного характера, но не являются исключительным средством для обозначения таких заявлений. Заявления прогнозного характера фигурируют в ряде мест в данной презентации и могут включать заявления относительно: стратегии, прогнозов и перспектив развития; будущих планов, ожиданий, прогнозов и потенциала будущего роста; планов или намерений, связанных с приобретениями; будущих доходов и результатов деятельности; ликвидности, капитальных ресурсов и капитальных затрат; экономических перспектив и отраслевых тенденций; влияния регуляторных инициатив; конкурентных преимуществ и недостатков; преимуществ конкурентов; ожидаемого влияния пандемии коронавируса (COVID-19), включая, без ограничений, влияние на экономические и финансовые рынки и на Компанию, макроэкономические и геополитические события. Прогнозные заявления в данной презентации основаны на различных предположениях, многие из которых, в свою очередь, основаны на других предположениях, включая, но не ограничиваясь, изучения руководством исторических тенденций деятельности, данных, содержащихся в документации Компании, и других данных, полученных от третьих сторон. Хотя Компания считает, что эти предположения были обоснованными на момент их выдвижения, эти предположения по своей природе подвержены значительным известным и неизвестным рискам, неопределенностям, непредвиденным обстоятельствам и другим важным факторам, которые трудно или невозможно предсказать и которые находятся вне контроля Компании. Такие риски, неопределенности, непредвиденные обстоятельства и другие важные факторы могут привести к тому, что фактические результаты деятельности Компании или отрасли будут существенно отличаться от результатов, выраженных или подразумеваемых в данной презентации посредством таких прогнозных заявлений. Не существует никаких заверений, что любое из этих прогнозных заявлений или прогнозов сбудутся, или что любой прогнозируемый результат будет достигнут, и мы предостерегаем вас от чрезмерного полагания на любое прогнозное заявление.

Все прогнозные заявления действительны только на дату их составления и отражают добросовестные убеждения, предположения и ожидания Компании, но не являются гарантией будущих результатов или событий. Никто не обязуется публично обновлять или пересматривать любое такое прогнозное заявление.

Инвестиции в ценные бумаги, включая ГДР, сопряжены с существенным риском. Указания на будущие доходы не являются обещаниями или даже оценками фактических доходов, которых может достичь инвестор. Прогнозы, содержащиеся в настоящем документе, приведены исключительно в иллюстративных целях и не должны рассматриваться как совет или интерпретироваться как инвестиционная консультация или рекомендация в соответствии с каким-либо законодательством, включая российское законодательство.

Инвестирование в ценные бумаги может быть ограничено применимым законодательством, в связи с чем инвестор должен внимательно самостоятельно изучить возможности инвестирования в ГДР Компании, применимые к нему ограничения и налоговые последствия.

Информация, приведенная в настоящем документе, отражает оценку Компанией преобладающих условий на текущую дату, которые могут измениться.

Данная презентация не предназначена и не является частью какого-либо предложения, приглашения или рекомендации о покупке, приобретении, подписке, продаже или ином отчуждении каких-либо ценных бумаг или обязательств, или любого другого приглашения или побуждения к участию в инвестиционной деятельности; ни данная презентация (или любая ее часть), ни факт ее распространения не являются основанием для заключения какого-либо договора или принятия инвестиционного решения и не могут быть положены в его основу.

Информация и мнения, содержащиеся в данной презентации, предназначены исключительно для справочных целей. Компания не дает никаких заверений, гарантий или обязательств, явных или подразумеваемых, в отношении точности, полноты информации или мнений, содержащихся в данной презентации. Компания не берет на себя обязательство по обновлению представленной информации.

Содержание

Финансовые результаты	<u>5</u>
Сегментные результаты	<u>10</u>
Консолидированные активы: итоги 2 кв. 2022	<u>15</u>
Реклама	<u>16</u>
ВКонтакте	<u>20</u>
Одноклассники	<u>28</u>
Игровое направление	<u>31</u>
Образование	<u>33</u>
Новые инициативы	<u>34</u>
Дополнения.....	<u>35</u>



Ключевые показатели 2 кв. 2022

Операционные



75,7 млн

ВКонтакте Россия
MAU +5,5% г/г



37 млн

Одноклассники
MAU



26 млн

Игры MAU
+25% г/г



11,3 млн

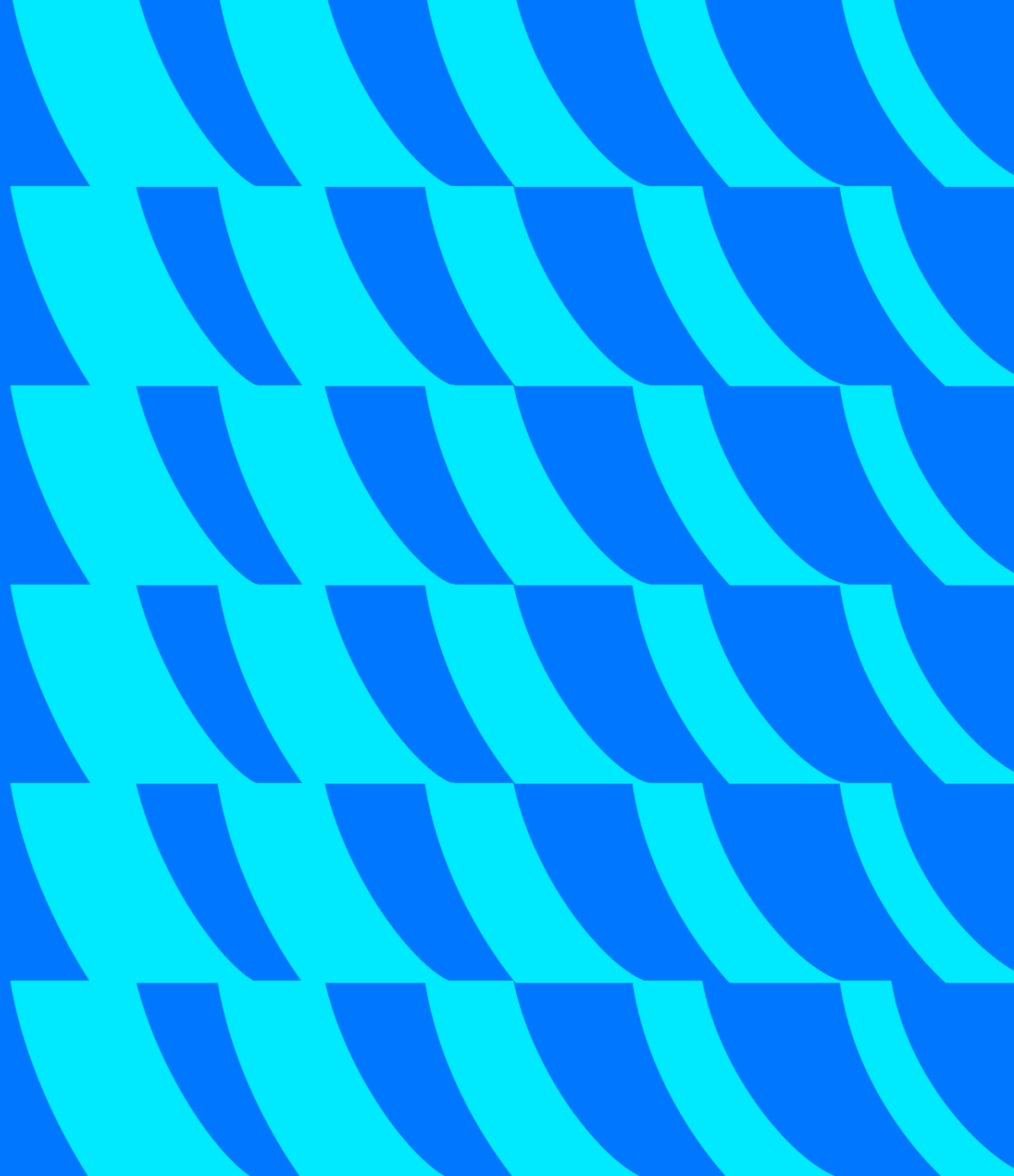
Пользователи
Образования⁽¹⁾ +44% г/г

Финансовые

млрд руб.	2 кв. 2021	2 кв. 2022	Изм. г/г	6 мес. 2021	6 мес. 2022	Изм. г/г
Скорр. выручка	30,0	31,2	4%	58,3	62,1	6%
Скорр. EBITDA	6,7	4,2	-37%	12,7	7,2	-44%
Рентабельность скорр. EBITDA, %	22,2%	13,5%	-9 п.п.	21,8%	11,5%	-10 п.п.
Скорр. чистая прибыль / убыток	-2,2	-3,4	н.п.	-3,2	-10,8	н.п.

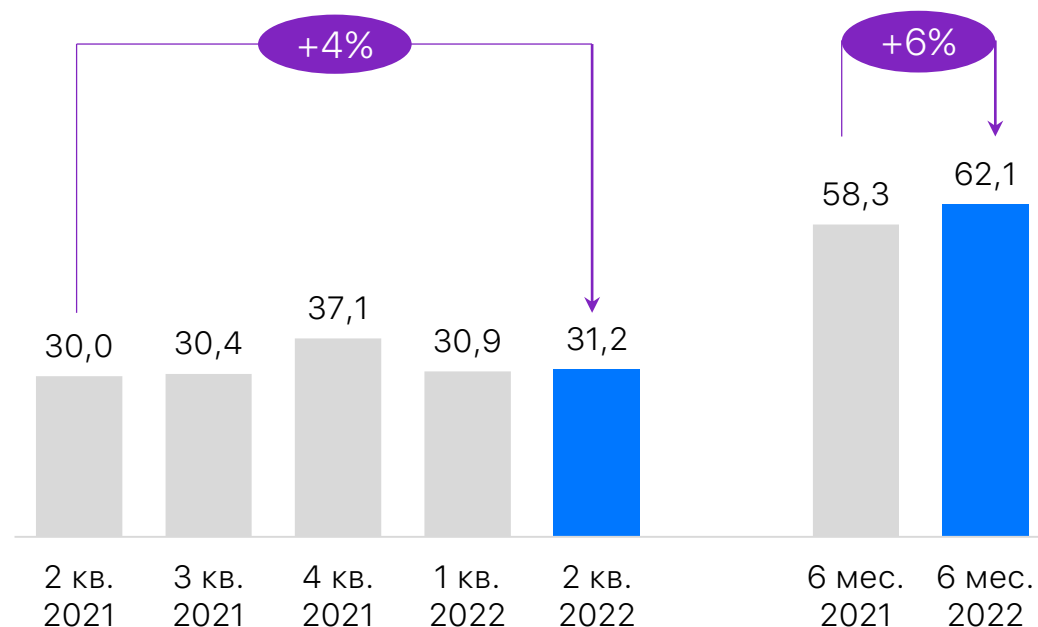
Примечание: (1) Пользователи Образования – это кумулятивное количество зарегистрированных учеников на образовательных платформах Skillbox Holding Limited на конец периода.

Финансовые результаты



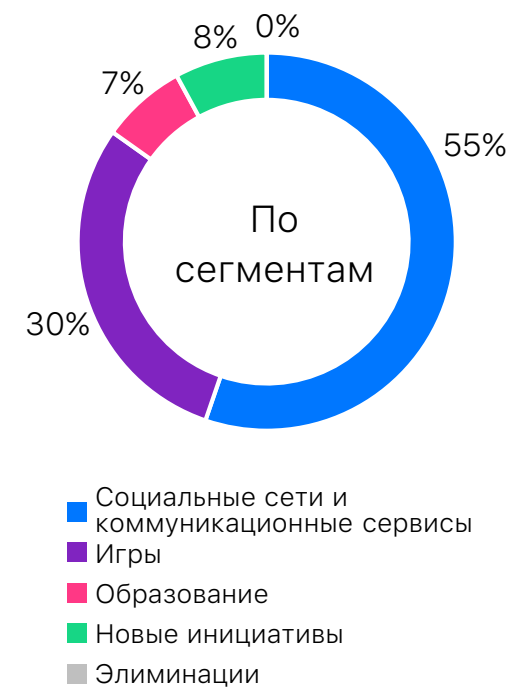
Динамика и структура скорр. выручки во 2 кв. 2022

Скорректированная выручка, млрд руб.



+XX% Прирост скорр. выручки г/г, %

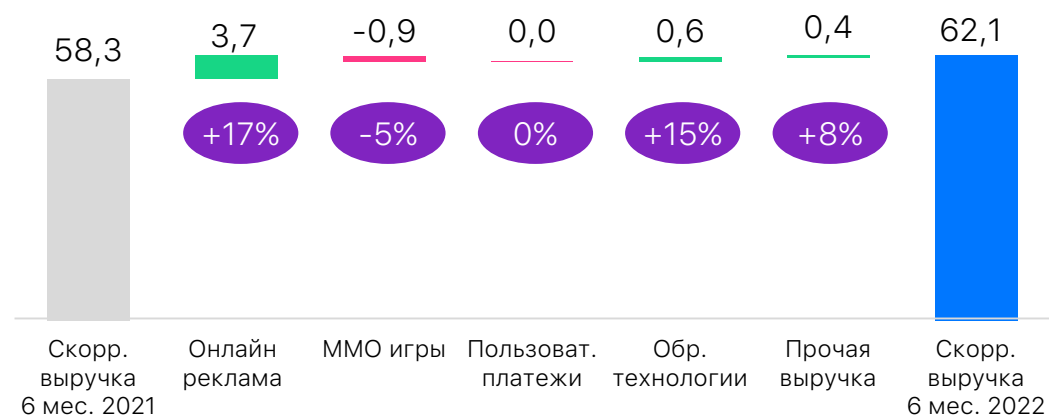
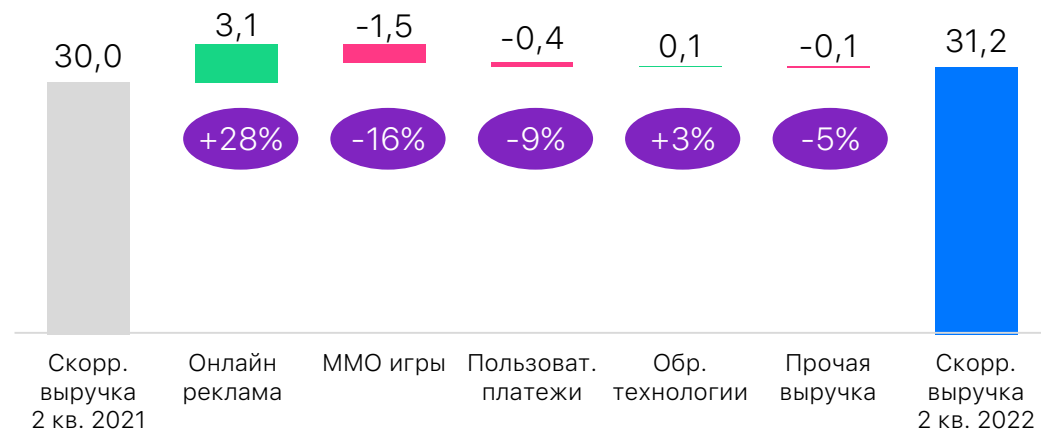
Структура скорр. выручки, % от общей



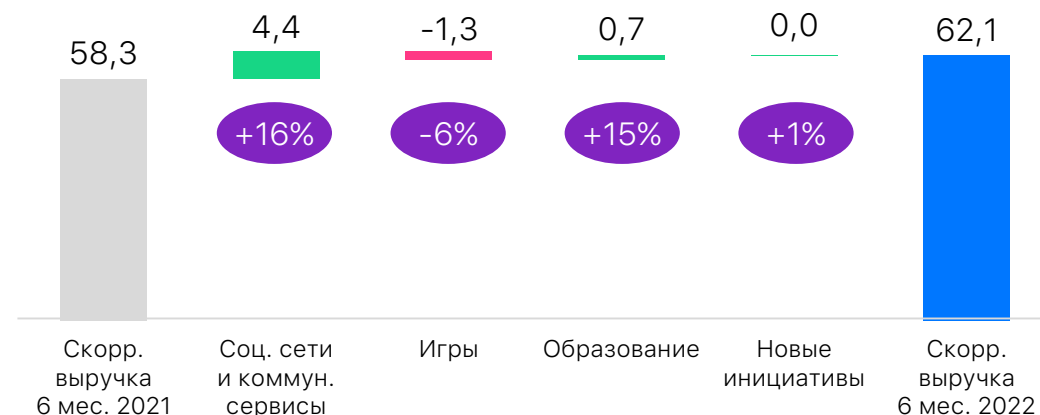
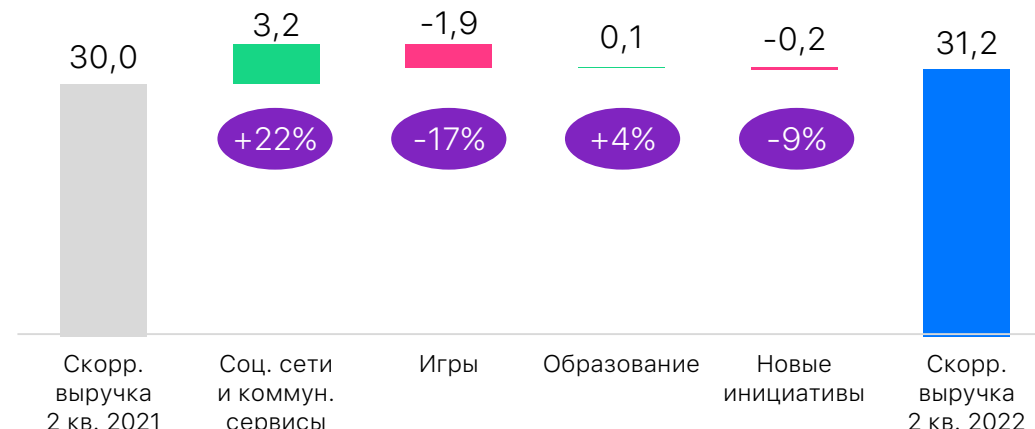
- Ключевым драйвером роста скорр. выручки во 2 кв. 2022 г. стала выручка от онлайн рекламы (+28% г/г).
- Среди сегментов максимальный рост показали «Социальные сети и коммуникационные сервисы» (+22% г/г).
- Сегмент «Образование» также продемонстрировал положительную динамику несмотря на макро (+4% г/г).

Факторы динамики скорр. выручки

Динамика скорр. выручки по типам, млрд руб.



Динамика скорр. выручки по сегментам, млрд руб. ⁽¹⁾



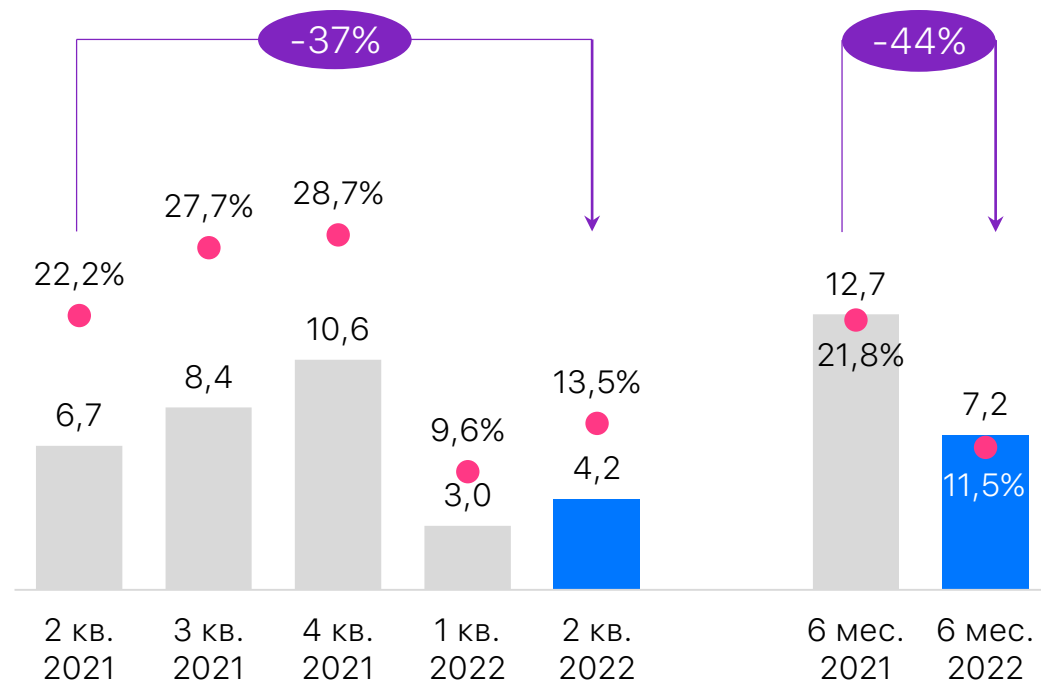
+XX% Прирост скорр. выручки по типу услуги / по сегменту г/г, %

Источник: данные VK Company Limited. Примечание: скорректированная выручка не является финансовым показателем по МСФО.

(1) На графиках скорр. выручки по сегментам для упрощения представления не указаны Элиминации, которые имеют минимальное влияние на показатели.

Динамика скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

Скорректированная EBITDA, млрд руб.



+XX% Прирост скорр. EBITDA г/г, %

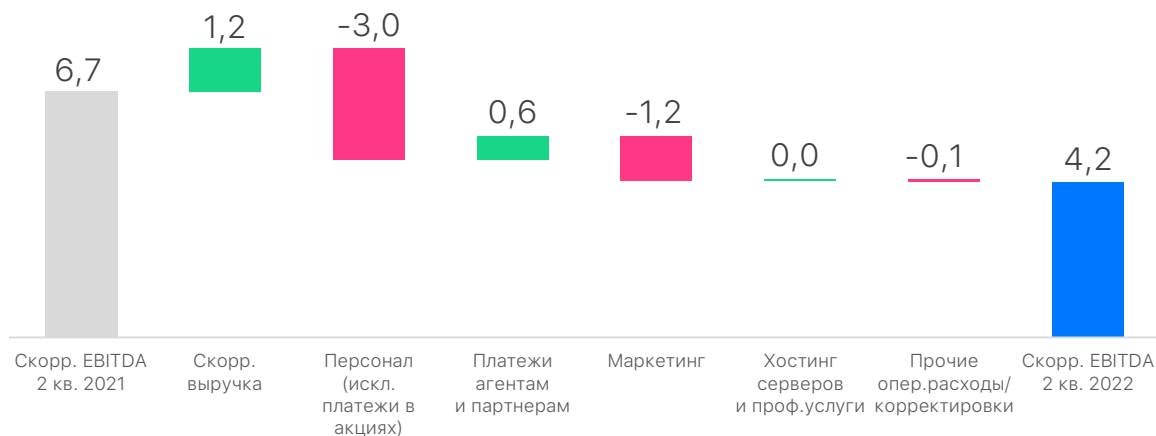
● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

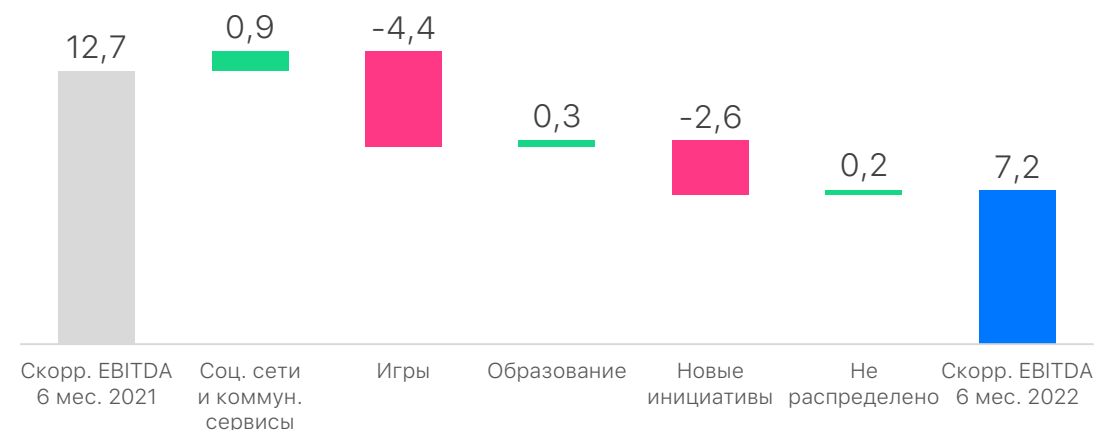
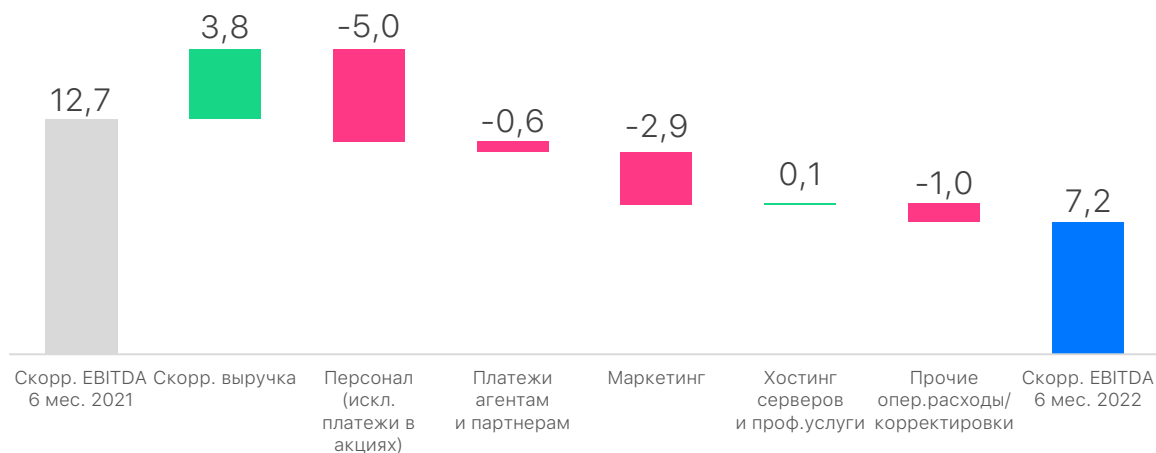
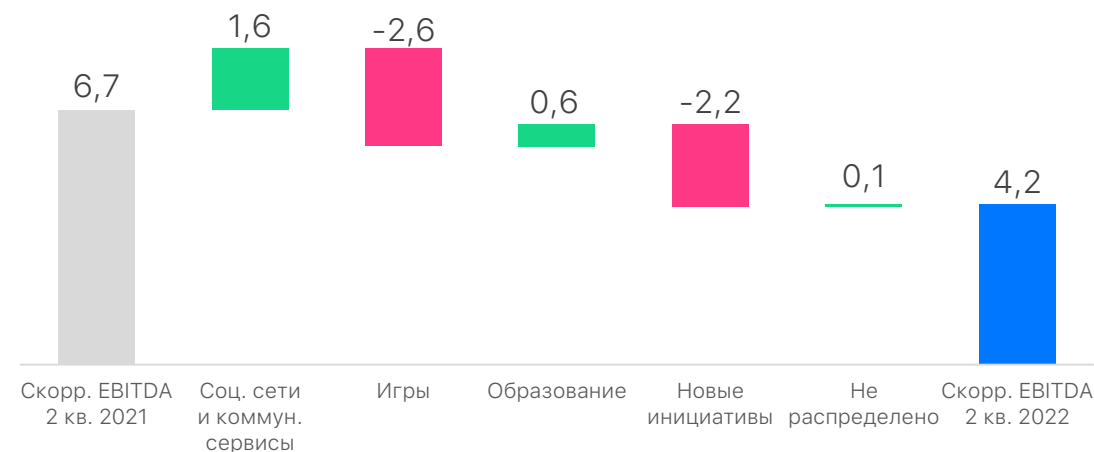
- ↑ Рост скорректированной выручки
- ↑ Оптимизация вознаграждения агентам / партнерам с учетом снижения игровой выручки
- ↓ Увеличение расходов на персонал в связи с увеличением численности сотрудников в рамках активного запуска новых продуктов и приложений
- ↓ Рост расходов на маркетинг на существующие и ряд новых продуктов

Факторы динамики скорр. EBITDA

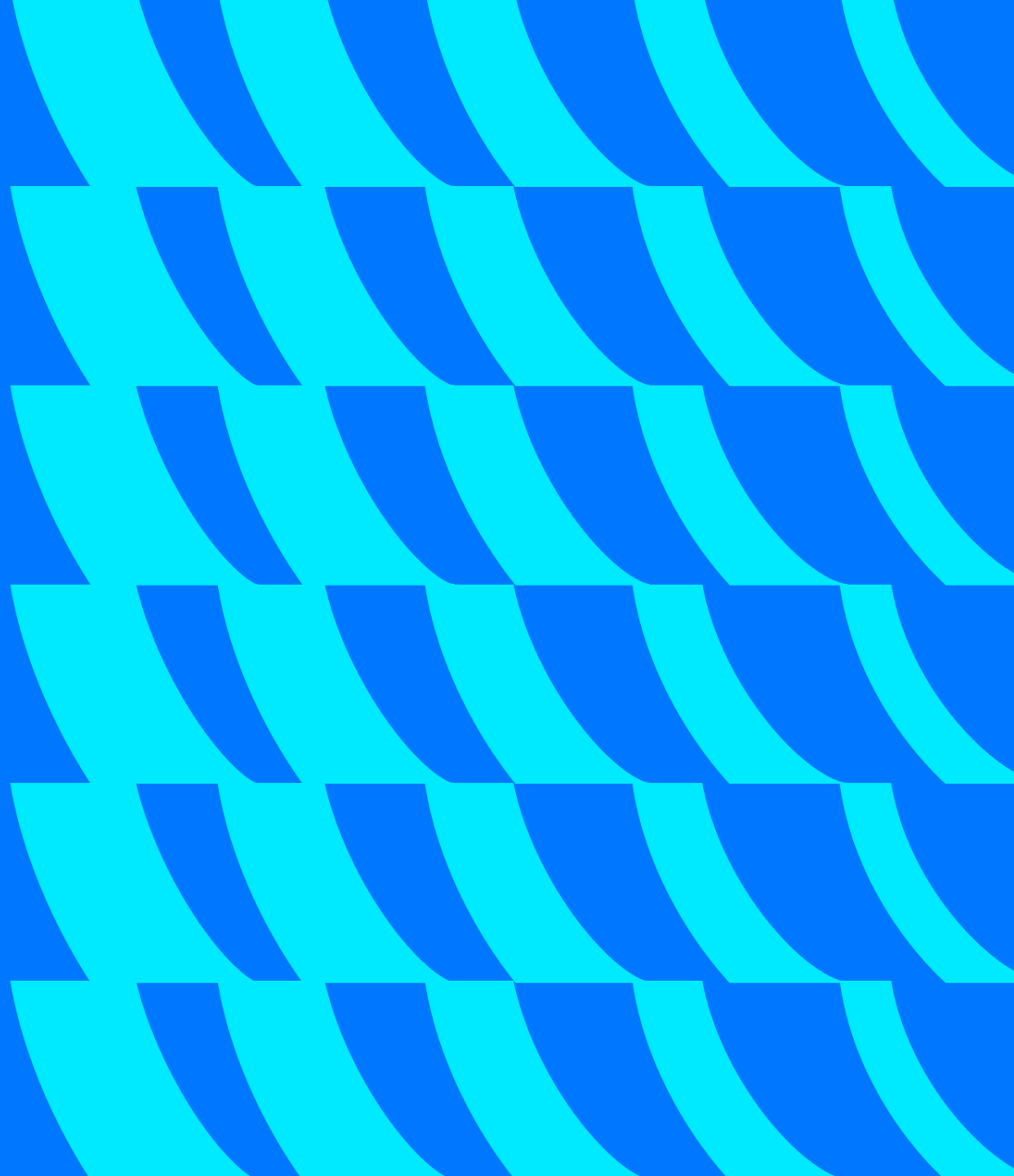
Факторы скорр. EBITDA, млрд руб.



Динамика скорр. EBITDA по сегментам, млрд руб.

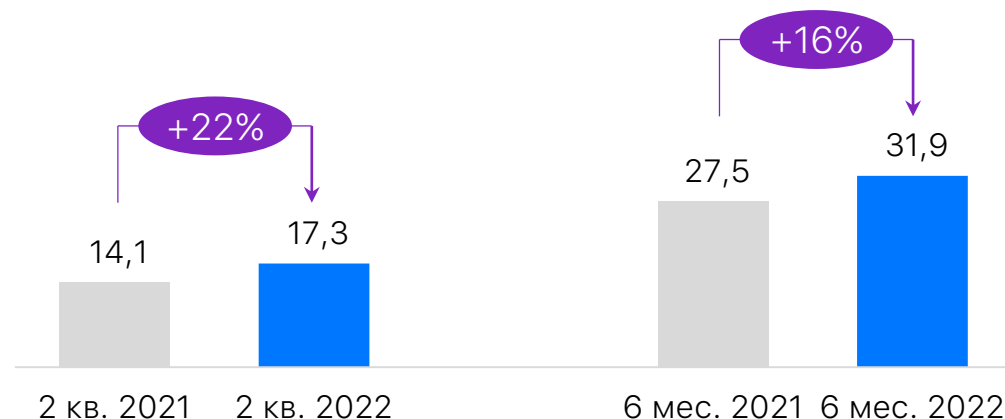


Сегментные результаты



Социальные сети и коммуникационные сервисы

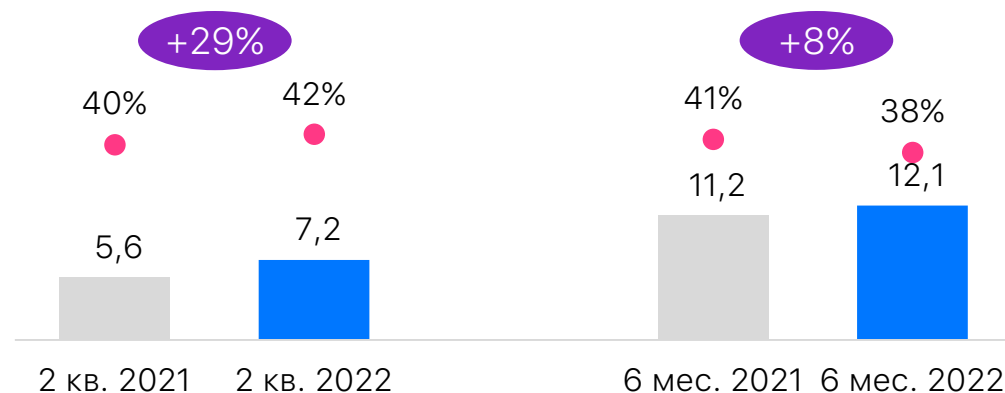
Скорр. выручка, млрд руб.



Драйверы скорр. выручки во 2 кв. 2022

- ↑ Рост рекламной выручки
- ↑ Дополнительная выручка с учетом включения в состав выручки сегмента рекомендательных платформ (Пульс и Relap) с 2022 г.

Скорр. EBITDA, млрд руб.



Драйверы скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

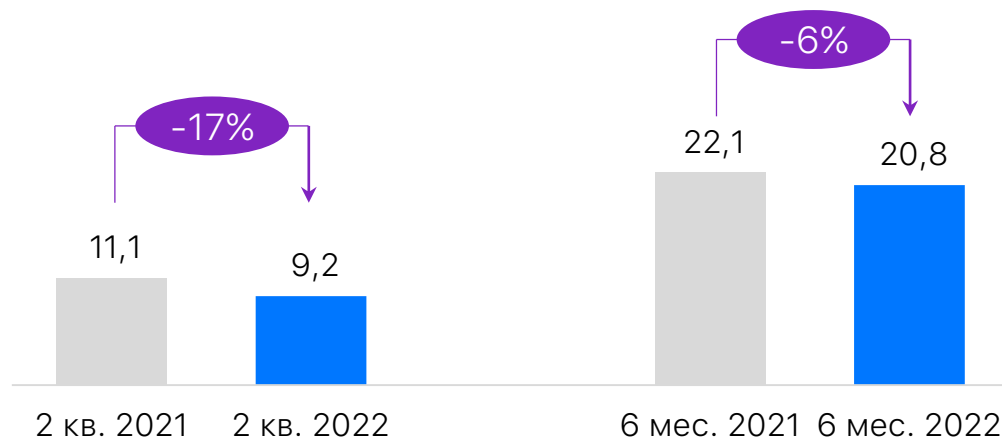
- ↑ Рост выручки
- ↑ Снижение вознаграждений агентам / партнерам

● Рентабельность скорр. EBITDA, %

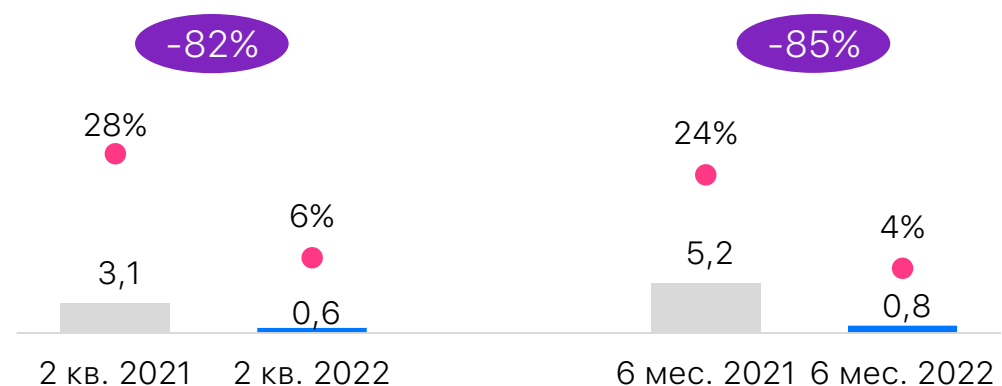
Источник: данные VK Company Limited. Примечание: Сегмент «Социальные сети и коммуникационные сервисы» включает в себя Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники Мой Мир), сервис электронной почты (Почта Mail.ru), музыкальный и видеосервисы (VK Музыка и VK Видео), мессенджер (VK Мессенджер), портал (главная страница и медиапроекты), поисковая система (Поиск Mail.ru), платформы рекомендаций контента Пульс и Relap (с 2022 г). Источники выручки включают рекламу, комиссии от разработчиков приложений, зависящие от их выручки этих приложений, пользовательские платежи за музыкальные подписки, виртуальные подарки и стикеры.

Игры

Скорр. выручка, млрд руб.



Скорр. EBITDA, млрд руб.



● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. выручки во 2 кв. 2022

- ↓ Укрепление рубля негативно повлияло на объем международной выручки, номинированной в иностранной валюте
- ↓ Снижение мобильной выручки в России
- ↓ Относительная зрелость части игрового портфеля
- ↓ Отсутствие новых запусков

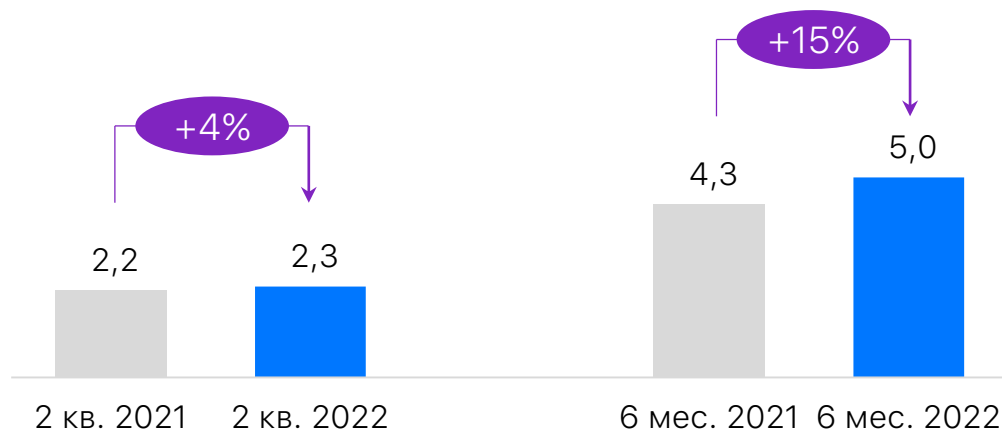
Драйверы скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

- ↓ Факторы, повлиявшие на скорр. выручку (падение выручки)
- ↓ Маркетинговые инвестиции для роста и поддержания существующих продуктов

Источник: данные VK Company Limited. Примечание: Сегмент «Игры» включает в себя услуги онлайн-игр, в том числе MMO, социальные и мобильные игры, стриминг игр и платформенные решения, игры для ПК, консолей и мобильных устройств, игровые студии, облачный игровой бизнес, сервисы для монетизации (DonationAlerts и Boosty.to). Сегмент получает практически все доходы от продажи виртуальных внутриигровых предметов пользователям (F2P) или продажи цифровых копий игр (B2P), роялти за игры и игровые решения, лицензированные сторонним операторам онлайн-игр, внутриигровую рекламу и доходы от стриминговых сервисов и услуг игровой платформы.

Образование

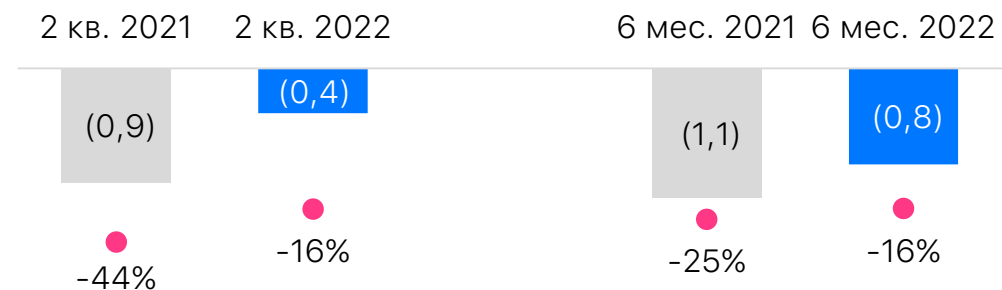
Скорр. выручка, млрд руб.



Драйверы скорр. выручки во 2 кв. 2022

- ↑ Рост числа покупок курсов в результате снижения процентных ставок – благодаря росту кредитных сделок и высвободившимся накоплениям
- ↑ Высокий спрос на продукты IT направления
- ↓ В целом неблагоприятная макроэкономическая ситуация

Скорр. EBITDA, млрд руб.



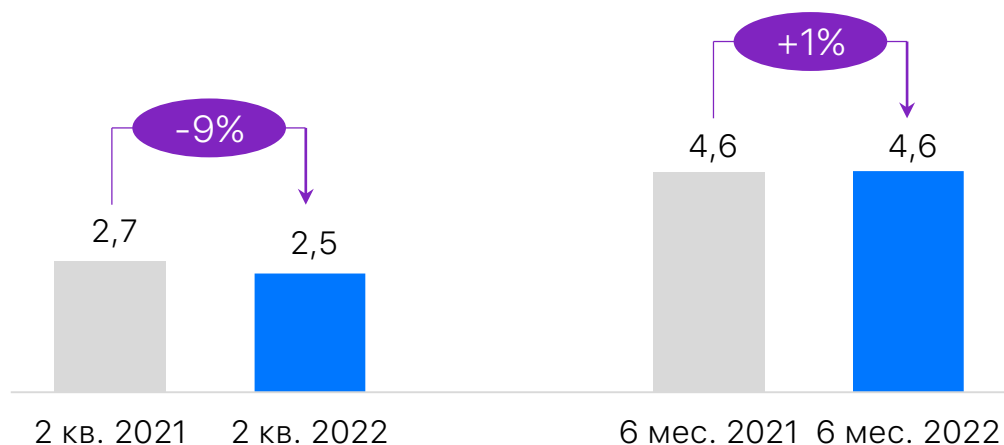
Драйверы скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

- ↑ Оптимизация коммерческих расходов, в т.ч. на рекламу
- ↑ Снижение темпов роста инвестиций в контент

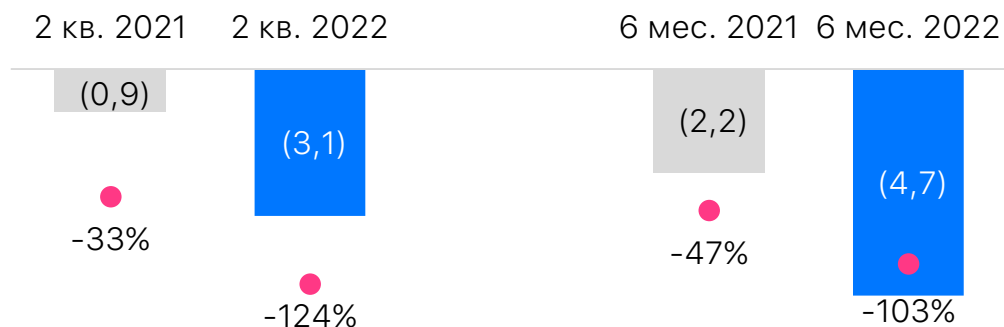
● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Новые инициативы

Скорр. выручка, млрд руб.



Скорр. EBITDA, млрд руб.



● Рентабельность скорр. EBITDA, %

Драйверы скорр. выручки во 2 кв. 2022

- ↑ Рост выручки B2B на 46%+ г/г до >1 млрд руб. (главный источник – облачный сервис VK Cloud Solutions – его выручка удвоилась г/г)
- ↑ Выручка от недавних запусков (например, VK Play, VK Клипы)
- ↑ Сервисы корпоративных коммуникаций увеличили выручку в 6+ раз г/г
- ↓ Перенос выручки рекомендательных систем в сегмент «Соц.сети и коммуникационные сервисы»

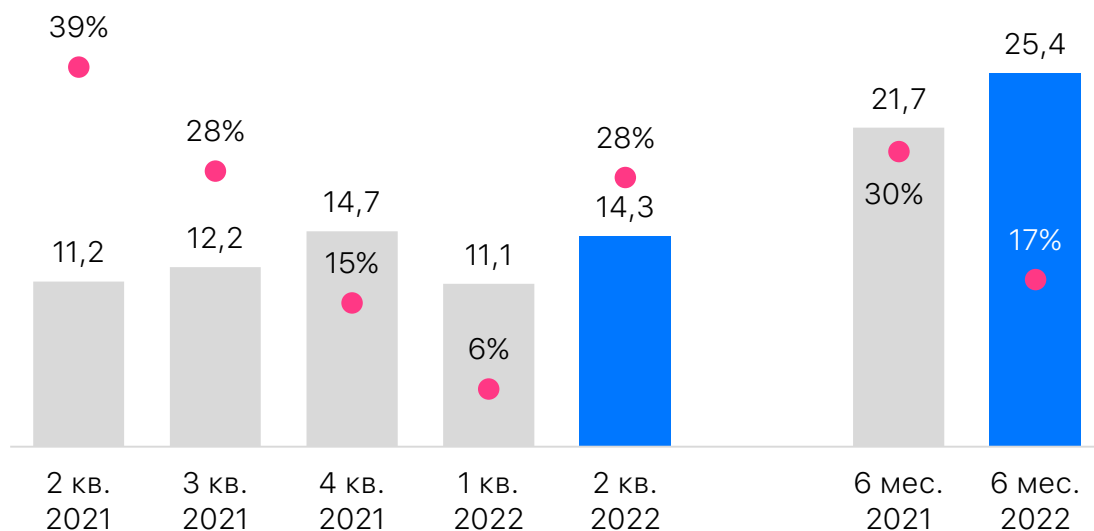
Драйверы скорр. EBITDA во 2 кв. 2022

- ↓ Рост инвестиций в VK Play, VK Клипы, RuStore, VK Звонки и другие новые инициативы
- ↓ Неравномерное распределение выручки и затрат B2B направления в течение года (тайминг получения выручки)

Консолидированные активы: основные итоги 2 кв. 2022

Реклама: рост числа рекламодателей и фокус на перформанс рекламе и СМБ

Динамика выручки от онлайн рекламы ⁽¹⁾

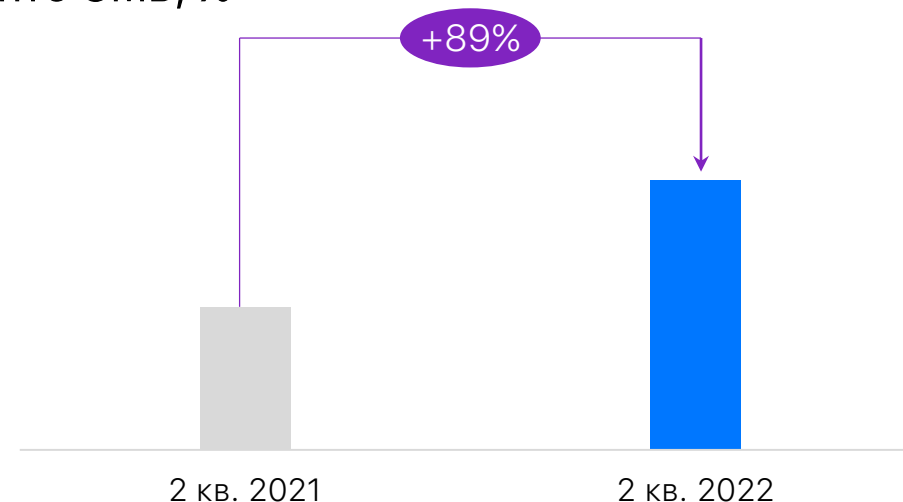


■ Выручка, млрд руб. ● Прирост выручки г/г, %

Ключевые драйверы во 2 кв. 2022 – по темпам роста среди категорий рекламодателей:

- Недвижимость
- Электронная коммерция
- Образование и работа
- Товары для дома и товары для красоты

Рост количества платящих рекламодателей в сегменте СМБ, %

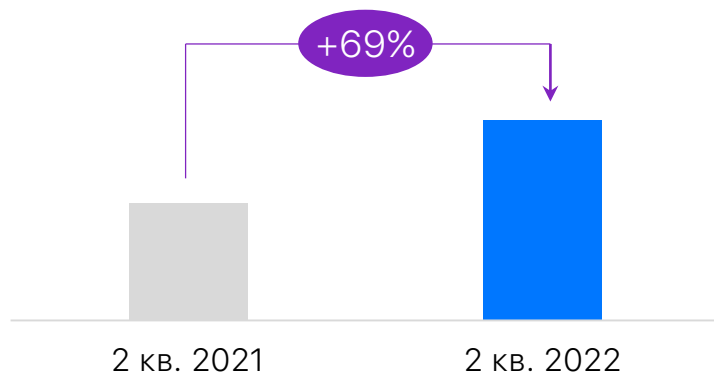


Крупнейшие категории рекламодателей во 2 кв. 2022 – по объему затрат на рекламу внутри VK:

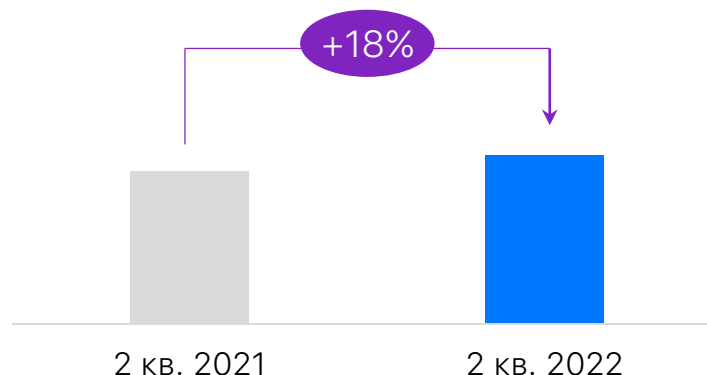
- Электронная коммерция
- Банковские и финансовые сервисы
- Отдых и развлечения (вкл. стриминговые сервисы)
- FMCG

Реклама: ключевые стратегические сегменты

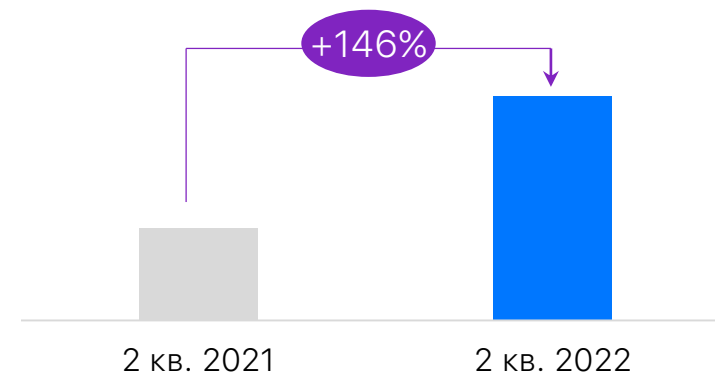
Выручка от перформанс рекламы



Выручка от видеорекламы ⁽¹⁾



Выручка от рекламы СМБ



Стратегический фокус

Автоматизация рекламных кампаний на основе современных алгоритмов для увеличения ROI

Широкий выбор рекламных форматов для монетизации растущего объёма видеоинвентаря

Полноценный набор простых инструментов для бизнеса, вкл. высокоэффективные рекламные продукты

Недавние продуктовые запуски

- Поддержка продвижения мобильных приложений из RuStore в VK Рекламе и оптимизации на установки без использования внешних трекеров
- Создание аудиторий на основе собственных списков пользователей в VK Рекламе и загрузка в кабинет единым списком
- Быстрая поддержка в VK Рекламе через онлайн-чат на базе VK Мессенджера

- Кнопка «Пропустить» на 5 сек просмотра видеорекламы на платформе VK Видео

- Улучшение внешнего вида объявлений в ленте ВКонтакте в сторону лаконичности для повышения эффективности и простоты взаимодействия
- Переработка правил модерации рекламных объявлений: приведение к общепринятым на рынке стандартам, повышение качества контента

VK Реклама – новая единая рекламная платформа VK



Высокая эффективность

Автоматическое управление ставкой минимизирует количество ручных действий и даёт доступ к большему объёму целевой аудитории, ранее остававшейся вне ценового диапазона



Удобство управления

Новая трехуровневая структура кампаний упрощает тестирование гипотез и управление бюджетом



Универсальные объявления

Автоматизация создания креативов для максимизации охвата и выбора наиболее конверсионных сочетаний



Умное таргетирование

Благодаря показу объявления в зависимости от предпочтений пользователя

VK Реклама: первые результаты

Тесты показали, что встроенные алгоритмы могут снижать стоимость целевых действий (CPI и CPA) на 20-30% относительно плановых показателей

> 50% выручки от рекламы мобильных приложений приходилось на VK Рекламу

Первая версия платформы доступна для рекламодателей, продвигающих **мобильные приложения**.

В дальнейшем планируется расширить функциональность платформы на все типы рекламируемых объектов.

Апрель
2022

Апрель
2022

Июнь
2022

Конец
июня 2022

Запуск
платформы

Улучшение модели оптимизации на покупку (CPA) утроило количество целевых действий на 1000 показов при снижении их стоимости на 50%



ВКонтакте: рост аудитории и ее вовлеченности

Лидирующая социальная сеть в России



Среднесуточные просмотры за 2 кв. 2022

VK Видео **2,35 млрд**

Видео внутри ВКонтакте **1,07 млрд**

▲ +43% г/г

VK Клипы **688 млн**

▲ +153% г/г

ВКонтакте: рост аудитории и ее вовлеченности

65%

Пользователей
ВКонтакте заходят
в соцсеть каждый день

83%

Аудитории Рунета
ежемесячно – охват
ВКонтакте ⁽¹⁾

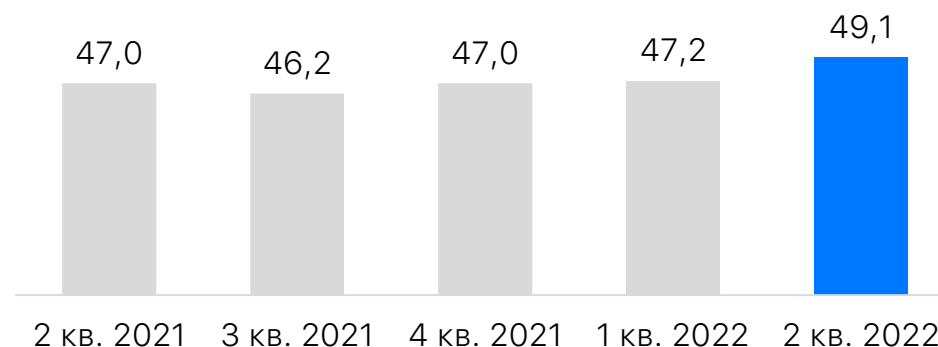
47,1

Минуты в день в
среднем проводили
пользователи во
ВКонтакте во 2 кв.
2022 ⁽²⁾

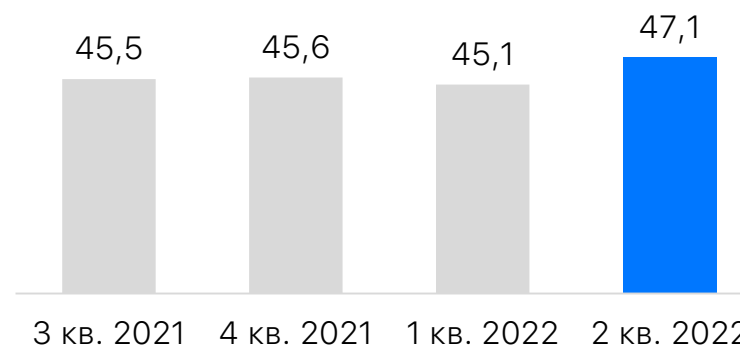
53%

Аудитории Рунета
ежедневно в июне –
охват ВКонтакте ⁽¹⁾

ВКонтакте Россия DAU, млн



Среднее время, проведенное в соцсети,
минут на пользователя ⁽²⁾



50 крупных
продуктовых
обновлений
вышло во 2
кв. 2022

Авторы ВКонтакте: рост создания и потребления контента

+24%

Рост количества
созданных сообществ г/г

2,2x

Рост доходов сообществ
с помощью официальных
инструментов
монетизации г/г

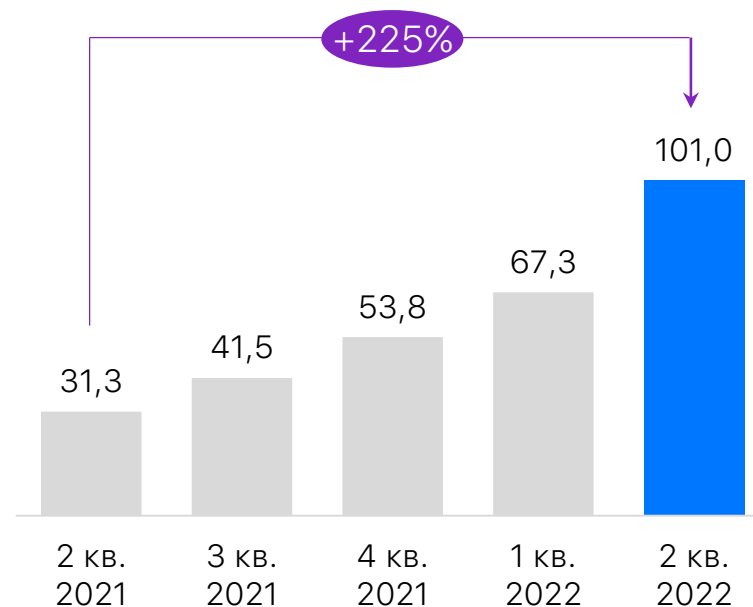
+37%

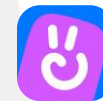
Рост числа просмотров
ленты г/г

2,4x

Рост числа подписчиков,
которые перечисляют
средства через VK Donut

Выручка сообществ,
использующих VK Donut, млн руб.





VK Клипы: отдельное мобильное приложение и новая система рекомендаций

688 млн

Просмотров в день в среднем во 2 кв. 2022

+153% г/г

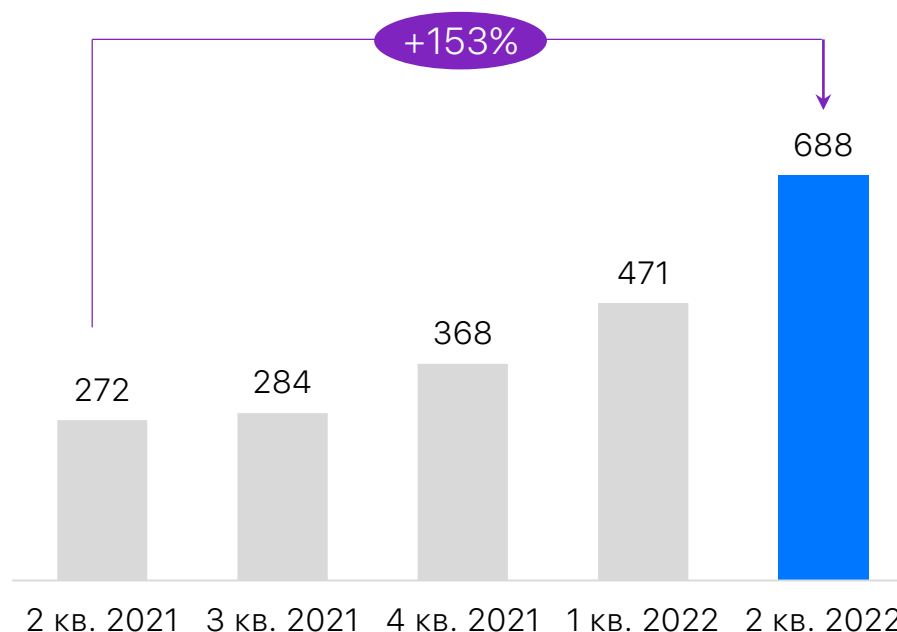
4,4x

Рост количества опубликованных клипов г/г

2,3x

Рост количества активных авторов г/г

Среднее количество просмотров в день, млн



Запущено отдельное мобильное приложение VK Клипы

- с новой камерой 60 FPS, качеством Full HD и поддержкой видео до 180 секунд
- благодаря запуску количество публикаций клипов выросло на 13%

Запущена новая система рекомендаций

- на 33% больше пользователей смотрят 100 и более клипов подряд, по сравнению с прежним алгоритмом



VK Видео: дальнейший рост видеопотребления

2,35 млрд

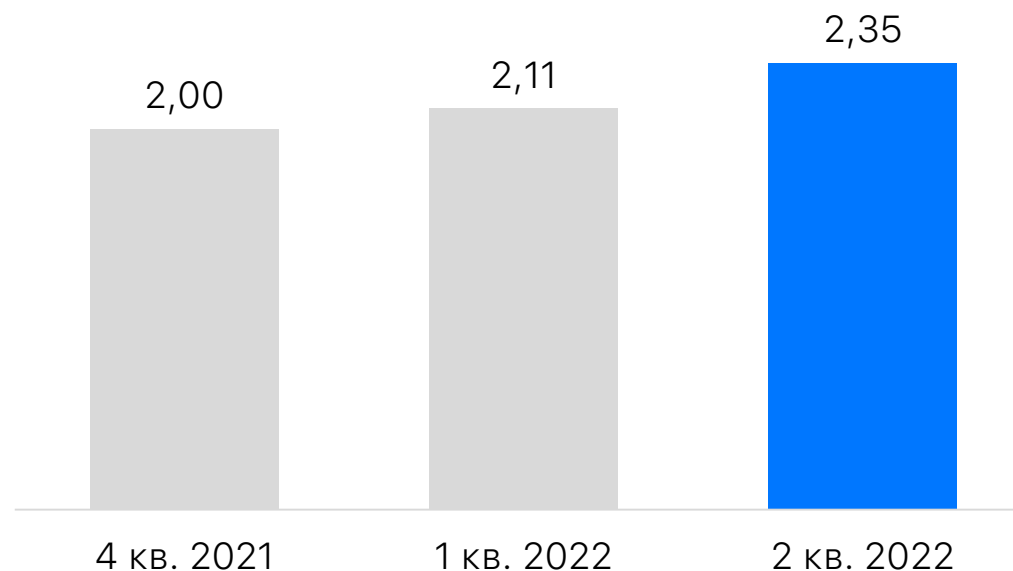
Среднее количество ежедневных просмотров VK Видео во 2 кв. 2022

1,07 млрд

Среднесуточный показатель просмотров видео внутри ВКонтакте (искл. VK Клипы) во 2 кв. 2022

+43% г/г

Среднее количество просмотров в день, млрд



VK Видео: продуктовые обновления во 2 кв. 2022



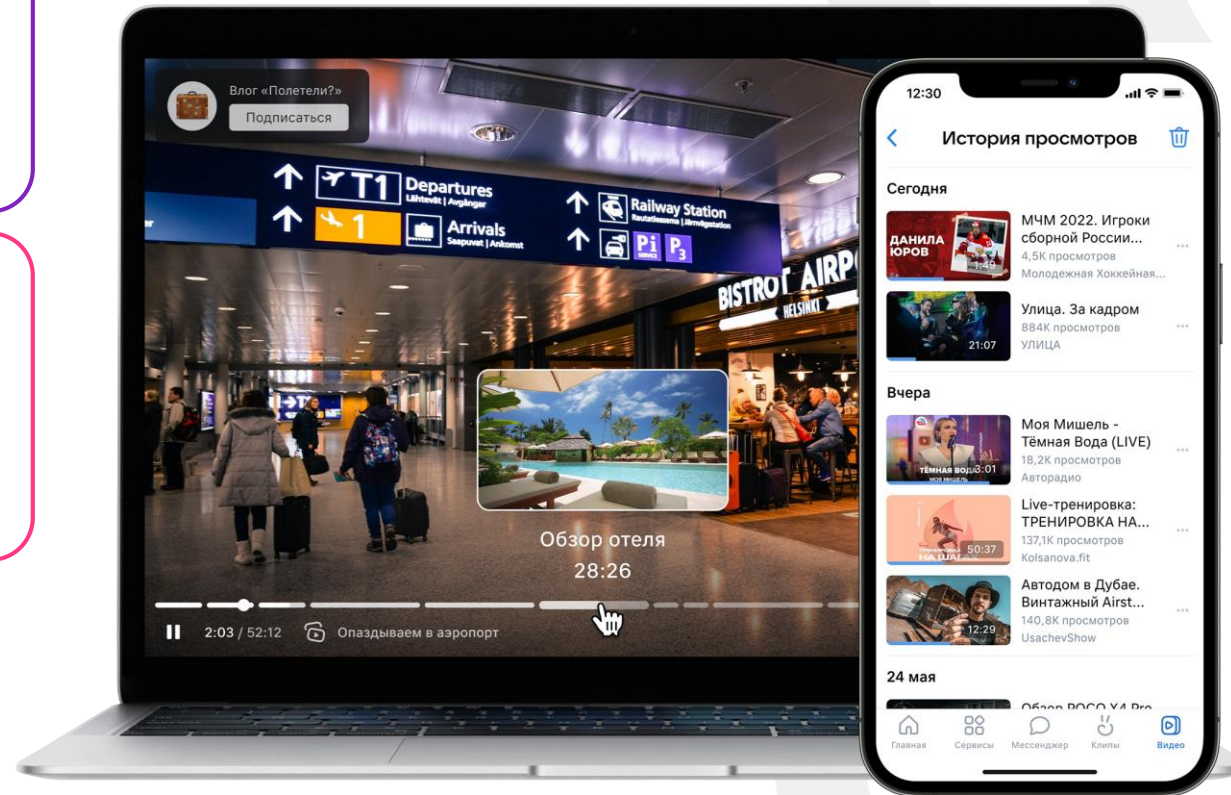
Запущена технология мгновенной обработки роликов — контент доступен пользователям сразу после загрузки

Запущены история просмотра, тайм-коды в роликах и персонализированные обложки видео

Добавлена функция автоматического повышения разрешения и частоты кадров до 60 FPS в роликах

ВКонтакте открыла технологии платформы VK Видео и доступ к её инфраструктуре разработчикам IT-сервисов

Внедрена технология передачи данных на базе нового интернет-протокола HTTP/3 для ускорения доставки видеоконтента





VK Звонки и VK Мессенджер

Запущено отдельное
мобильное приложение
для безлимитных
видеоконференций

— VK Звонки



Запущено отдельное
мобильное приложение
для общения

— VK Мессенджер



В приложении VK Звонки
добавлен
**автоматический
определитель номера**



VK Звонки поддержали
функцию VoiceOver для
слабовидящих
пользователей



На **15% улучшено
качество аудио** в VK
Звонках в условиях
нестабильной сети

Лёгкий и быстрый в любых условиях

**На связи друзья из ВКонтакте
и телефонной книги**

Общайтесь в привычных чатах
и пишите новым контактам

Звонки с аудио и видео

Созванивайтесь в любой
момент: услышать близких
или что-то показать коллеге

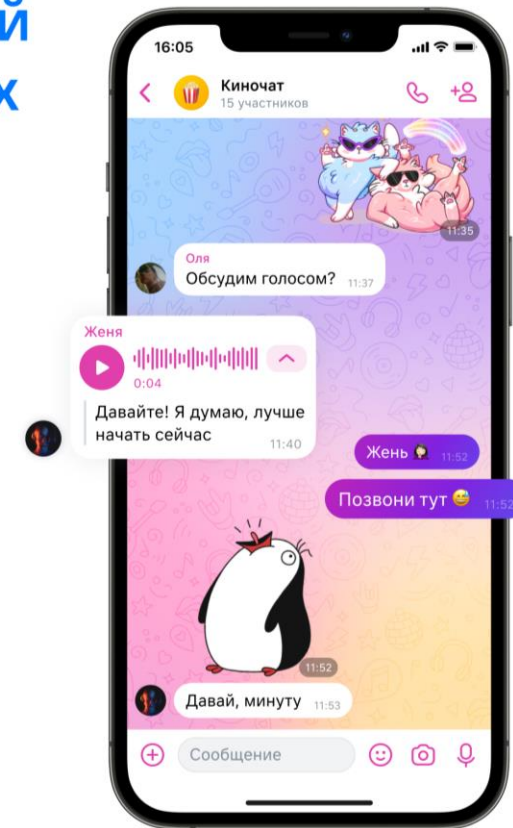
Расшифровка голосовых

Читайте, когда неудобно слушать

Настройки для каждого

Выбирайте фоны в чатах,
управляйте онлайн-статусом,
включайте тёмную тему

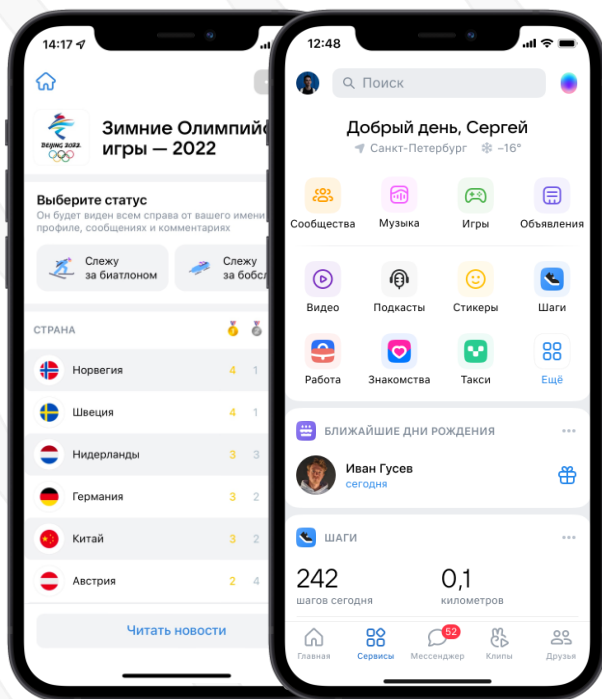
VK Мессенджер



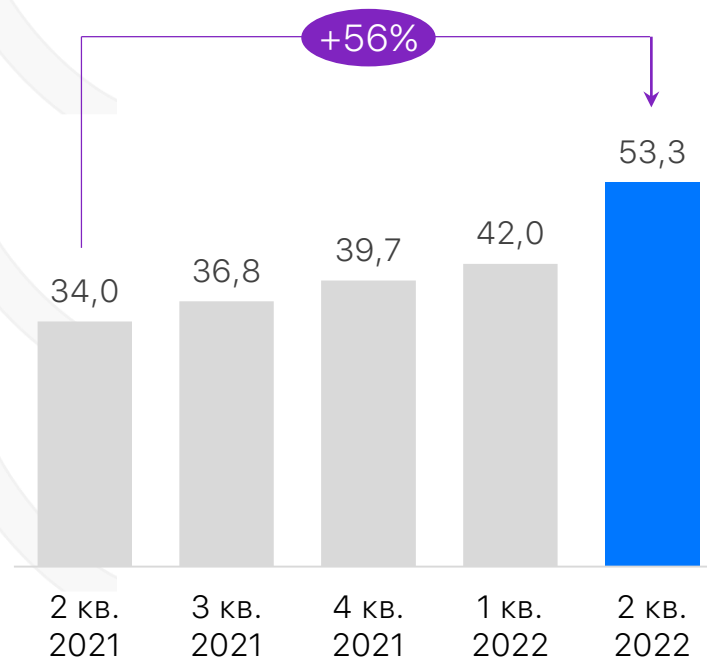
VK Mini Apps: дальнейший рост активности

2,9x

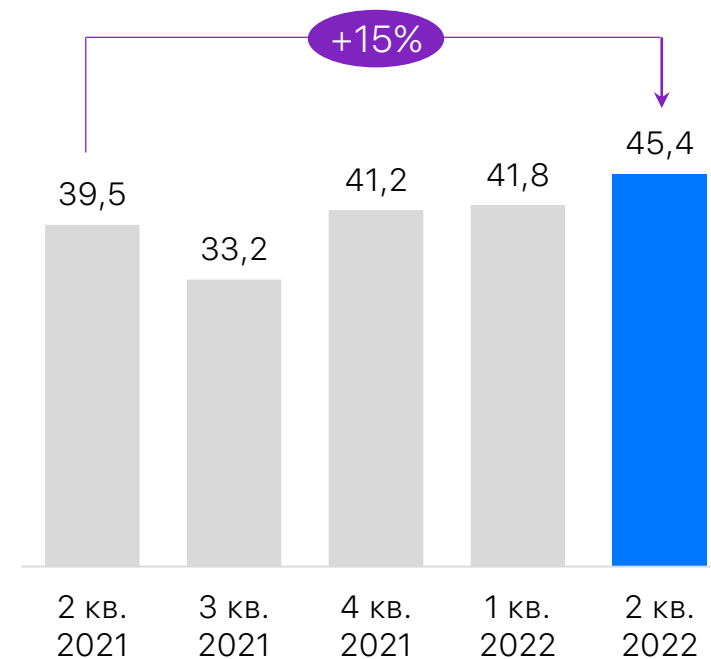
Рост выручки от рекламы
в приложениях г/г



Количество мини-приложений,
тыс.



Месячная аудитория (MAU)
мини-приложений, млн





ОК: социальная и развлекательная платформа

Ключевые показатели 2 кв. 2022

37 млн

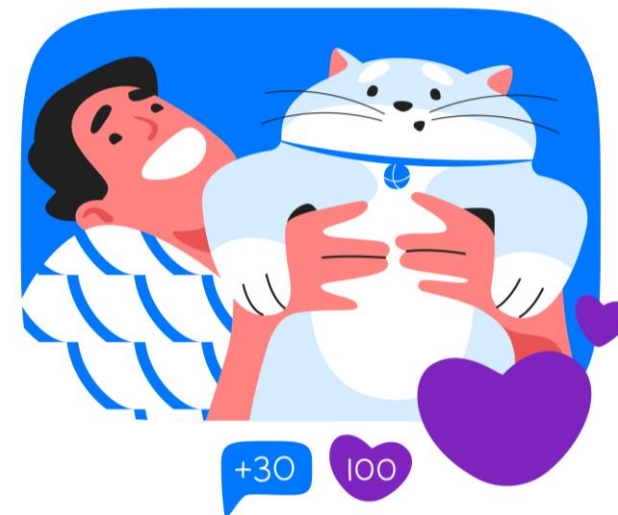
Средний MAU в России

+35%

Новых регистраций
пользователей

+67%

Новых групп



Пользователи отправили

552 млн

Открыток



570 млн

Стикером



7,5 млрд

Виртуальных подарков



25-45 лет

Основная возрастная
группа

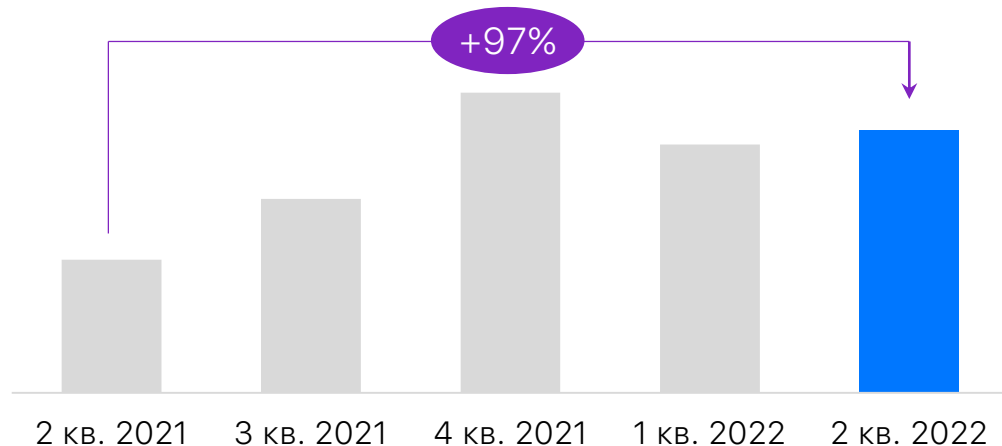


ОК: фокус на играх и развитии рекламной платформы

2x 

Рост платежей разработчикам игр за размещение рекламы в их проектах во 2 кв. 2022

Платежи разработчикам игр за размещение рекламы в их проектах



+22%

Уникальных платящих пользователей во внутреннем рекламном кабинете ОК на базе myTarget

Рост интереса бизнеса к продвижению в ОК





ОК: развитие сервиса «Моменты»

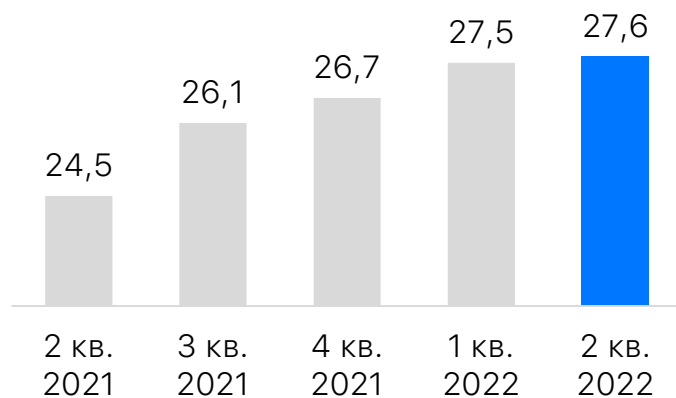
Ключевые показатели «Моментов» во 2 кв. 2022

27,6 млн

Месячная аудитория
(MAU)

+13% г/г

MAU, млн

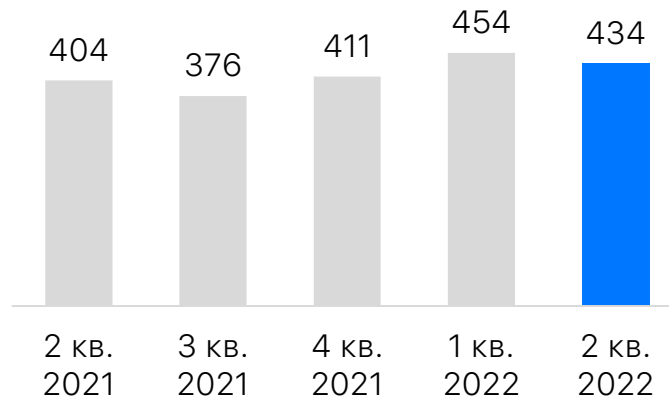


434 млн

Среднемесячные
просмотры

+7% г/г

Просмотры, млн



27 млн

Среднемесячные
реакции



Игровое направление: структура выручки

30%

Составила выручка Игр от скорректированной выручки Группы

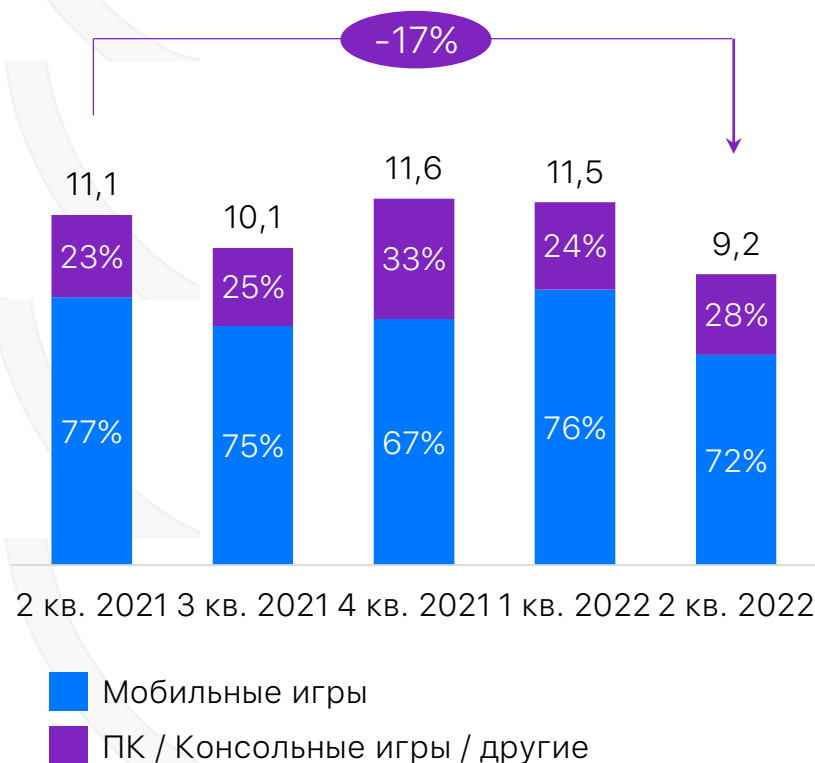
72%

Составили мобильные игры от скорр. выручки во 2 кв. 2022

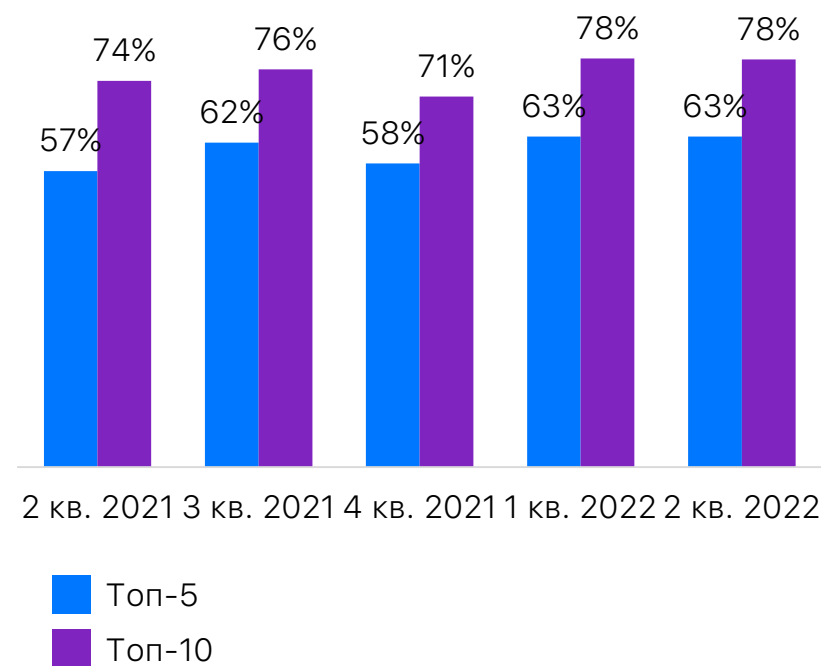
78%

Составили Топ-10 проектов в портфеле игр от скорр. выручки во 2 кв. 2022

Скорр. выручка: платформы, млрд руб.



Скорр. выручка: доля топ-проектов



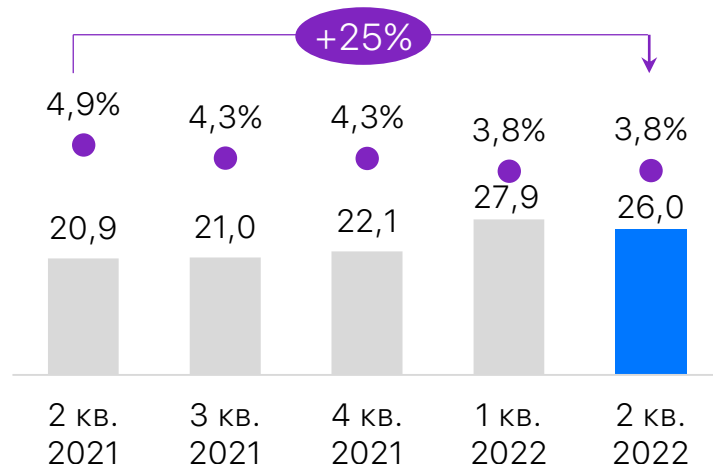
Игровое направление: ключевые метрики

26 млн

Средний MAU во 2 кв. 2022

рост +25% г/г за счет гиперказуальных игр, без их учета MAU остался примерно на уровне прошлого года (+0,6%)

Средний MAU и доля платящих пользователей

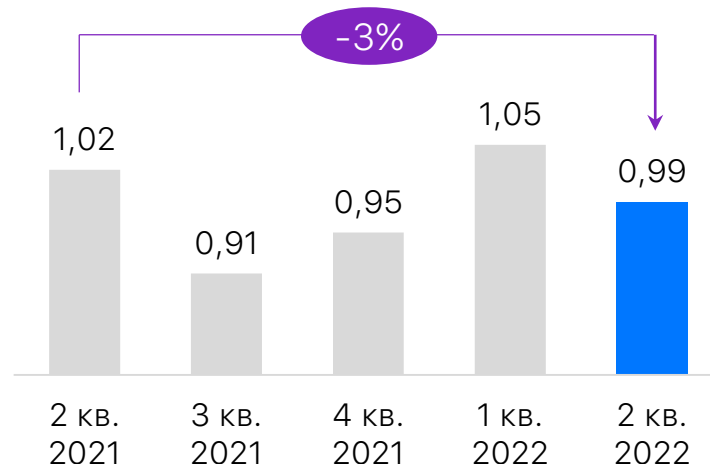


3,8%

Доля платящих пользователей

(-1.1) п.п. г/г из-за увеличения аудитории гиперказуальных игр, без их учета доля осталась стабильной

Среднее число платящих пользователей, млн

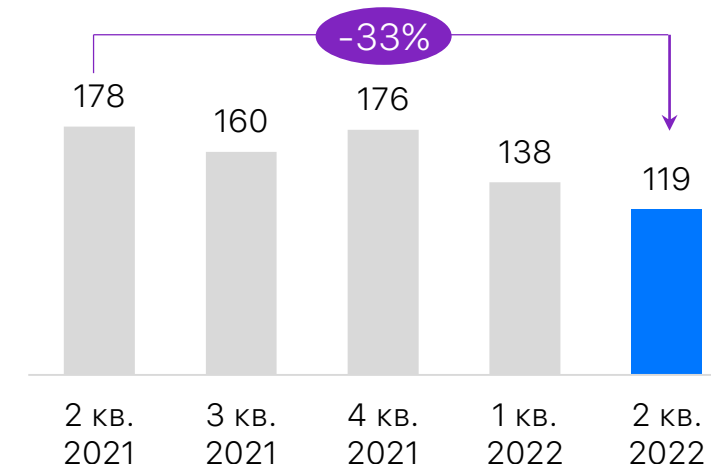


119 руб.

Месячный ABPU

снижение на 33% г/г обусловлено усилением курса рубля и ростом казуальных проектов

Месячный ABPU, руб. ⁽¹⁾



■ MAU, млн ● Доля платящих пользователей, %

Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 2 кв. 2022 к 2 кв. 2021, если не указано иное. Примечание: (1) Месячная средняя скорр. выручка на одного пользователя (Average Bookings Per User) рассчитывается как скорр. выручка Игр разделенная на среднее значение MAU в отчетном квартале и на 3.

Образование: рост базы пользователей

11,3 млн

Зарегистрированных
учеников на платформах
VK кумулятивно

1,4x рост г/г

419 тыс.

Платящих учеников
кумулятивно

1,8x рост г/г

480 тыс.

Новых регистраций за
2 кв. 2022

37 тыс.

Новых платящих
пользователей за
2 кв. 2022

Новые пользователи образовательных платформ⁽¹⁾



Источник: данные VK Company Limited. Рост г/г указан за 2 кв. 2022 к 2 кв. 2021, если не указано иное.

Примечание: (1) Зарегистрированные пользователи имеют доступ к платформе (вкл. ее платные и бесплатные услуги). Показатели предыдущих периодов могут корректироваться по мере того, как Skillbox Holding Limited улучшает и меняет свои подходы к операционным метрикам и методам их измерения.



Новые инициативы: VK Play

Единая точка доступа к игровому контенту – площадка VK Play – запущена в бета версии в апреле 2022

12 тыс.

Простых браузерных игр

500+

Игр в облаке, вкл. игры на других платформах

100+

Платных premium игр

90+

Клиентских free-to-play игр

>92%

Российских стримеров работает с нашими инструментами

95/5%

Комиссия для разработчиков игр

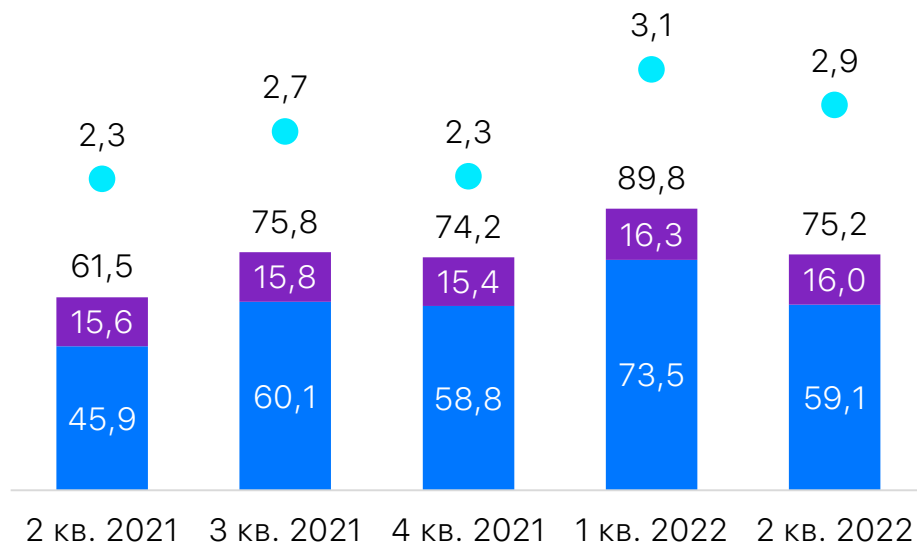


Дополнительная информация

1. Долговая нагрузка
2. Дополнительные показатели
(инвестиции и число сотрудников)
3. Структура владения
4. Глоссарий и состав сегментов

Долговая нагрузка

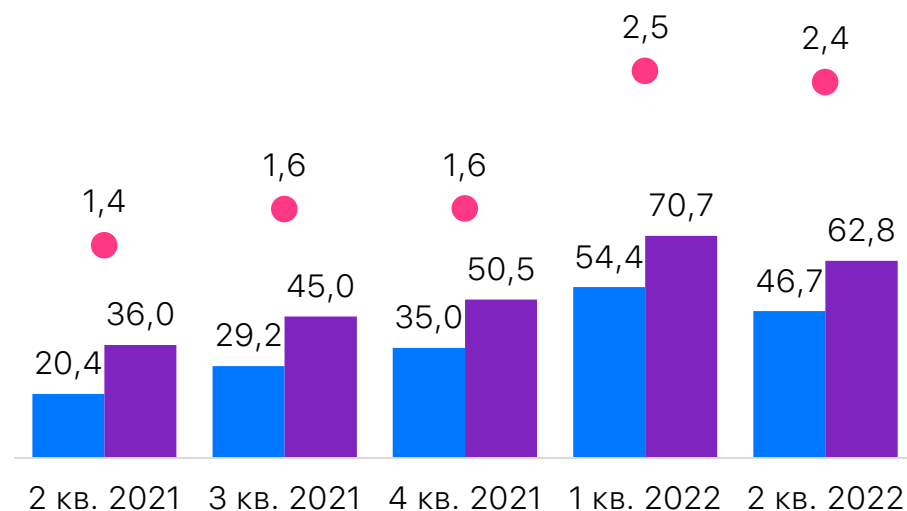
Общий долг, млрд руб.



Общий долг

- Кредиты и конвертируемые облигации
- Арендные обязательства (АО)
- Общий долг (вкл. АО) / Скорр. EBITDA за последние 12 мес.

Чистый долг, млрд руб.

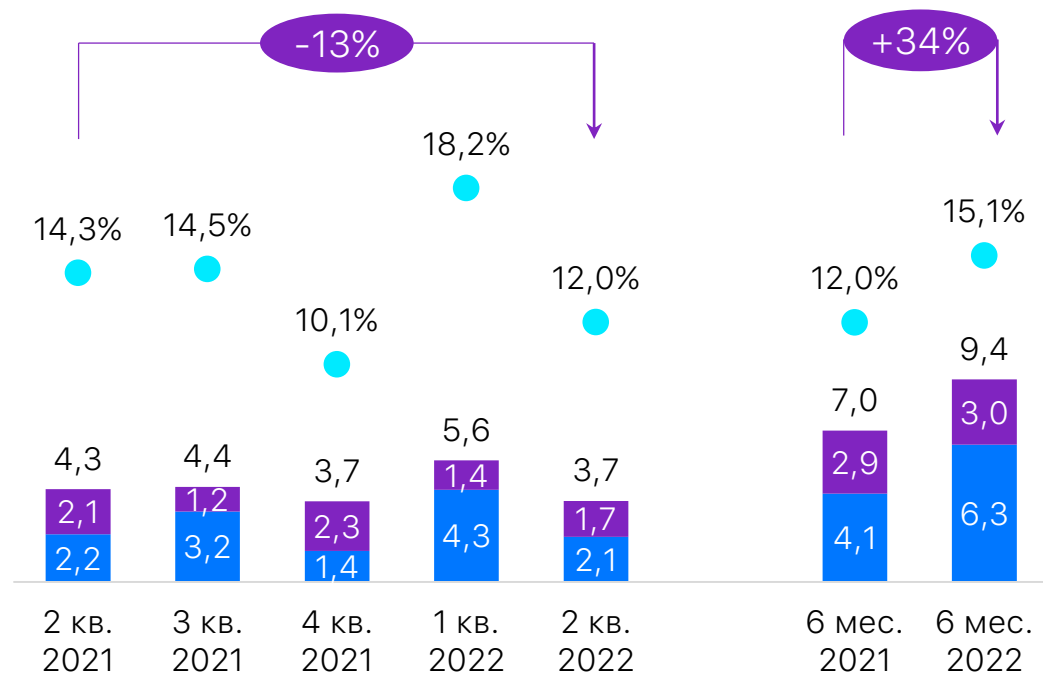


Чистый долг

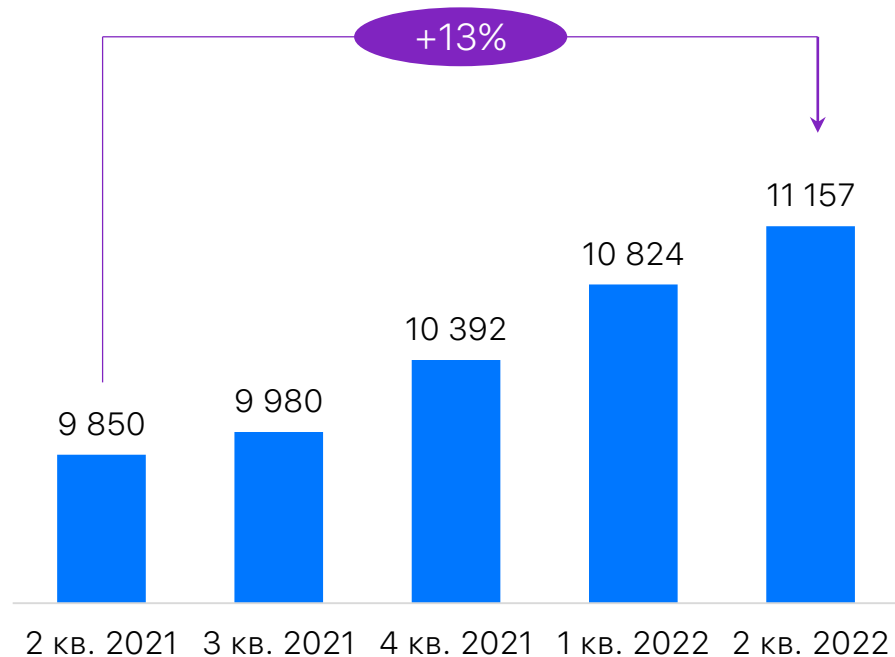
- Не вкл. арендные обязательства (АО)
- Вкл. арендные обязательства
- Чистый долг (вкл. АО) / Скорр. EBITDA за последние 12 мес.

Дополнительные показатели

Инвестиции (cash CAPEX), млрд руб.



Число сотрудников, человек ⁽¹⁾



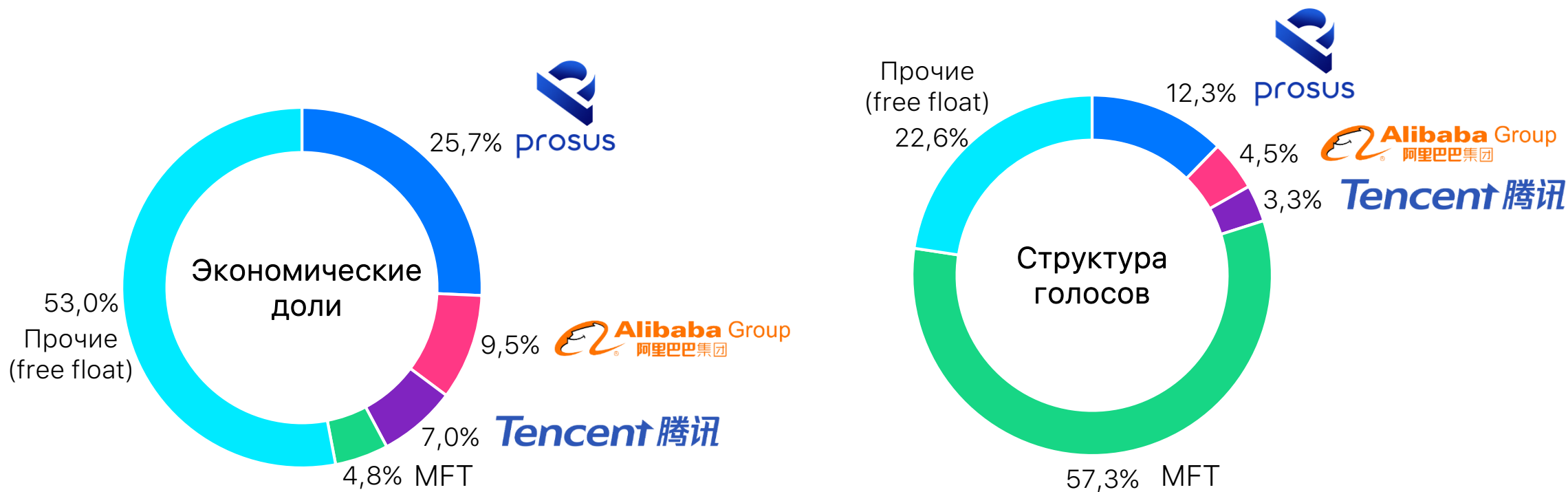
Инвестиции в

■ Основные средства

■ Нематериальные активы

● CAPEX / Скорр. выручка

Структура владения



Примечания:

1. Всего **239 375 040** акций выпущено, в обращении находится **226 136 827** акций – искл. 13 238 213 ДР (5,5% от общего количества), хранящихся в Mail.ru Employee Benefit Trustees Limited (без права голоса) для использования в существующих и будущих опционных программах для сотрудников и руководства.
2. Владение долей Naspers в VK реализуется через структуру Prosus с 3 кв. 2019.
3. Структура владения MFT (11 500 100 акций Класса А): СОГАЗ (45%), Газпром-Медиа Холдинг (45%), Ростех (10%).
4. ГДР VK торгуются на Лондонской фондовой бирже (с 5 ноября 2010) и на Московской бирже (со 2 июля 2020).

Глоссарий

Ключевые термины

MAU (Monthly Active Users) – активная месячная аудитория.

DAU (Daily Active Users) – активная дневная аудитория.

Пользовательские платежи – платежи пользователей за сервисы в социальных сетях, включая подарки, музыкальную подписку, покупки в играх.

ММО игры – массовые многопользовательские онлайн-игры.

F2P (Free-to-play) игры – игры, которые дают игрокам доступ к значительной части своего контента без оплаты или не требуют оплаты для продолжения игры.

B2P (Buy-to-play) игры – игры, в которые можно играть только после ее приобретения.

Месячный ABPU (Average Bookings Per User) – месячная средняя скорр. выручка на одного пользователя. Рассчитывается как скорр. выручка от игр, разделенная на среднее значение MAU в отчетном квартале и на 3.

Скорректированная выручка игр (**Bookings**) – выручка с учетом отложенной выручки.

B2B (Business-to-business) – продукты и сервисы для бизнеса.

СМБ – средний и малый бизнес.

Медийная реклама имеет цель познакомить с брендом/товаром/услугой как можно больше людей.

Перформанс реклама нацелена на то, чтобы привести клиента на сайт/в мобильное приложение и побудить его совершить заказ, подать заявку и т.д.

Состав сегментов

Сегменты включают:

Социальные сети и коммуникационные сервисы

Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники Мой Мир), сервис электронной почты (Почта Mail.ru), музыкальный и видеосервисы (VK Музыка и VK Видео), мессенджер (VK Мессенджер), портал (главная страница и медиапроекты), поисковая система (Поиск Mail.ru), платформы рекомендаций контента Пульс и Relap ⁽¹⁾.

Источники выручки включают рекламу, комиссии от разработчиков приложений, зависящие от их выручки этих приложениях, пользовательские платежи за музыкальные подписки, виртуальные подарки и стикеры.

⁽¹⁾ С 2022 г., ранее эти сервисы входили в состав сегмента «Новые инициативы».

Игровое направление

Услуги онлайн-игр, в том числе ММО, социальные и мобильные игры, стриминг игр и платформенные решения, игры для ПК, консолей и мобильных устройств, игровые студии, облачный игровой бизнес, сервисы для монетизации (DonationAlerts и Boosty.to).

Сегмент получает практически все доходы от продажи виртуальных внутриигровых предметов пользователям (F2P) или продажи цифровых копий игр (B2P), роялти за игры и игровые решения, лицензированные сторонним операторам онлайн-игр, внутриигровую рекламу и доходы от стриминговых сервисов и услуг игровой платформы.

Образование

Сервисы образования на базе Skillbox Holding Limited, который включает Skillbox (100%), GeekBrains (100%), SkillFactory (63,75%), Mentorama (90%), Lerna (70%).

Сегмент получает практически все доходы от предоставления образовательных услуг.

Новые инициативы

Экспериментальные и находящиеся на начальной стадии продукты, в т.ч. сервис онлайн-объявлений на основе определения местоположения Юла, VK Объявления, B2B-сервисы (вкл. VK Cloud Solutions), умные колонки (Капсула и Капсула Мини), голосовой помощник Маруся, VK Клипы, VK Звонки, VK Play, экосистемные продукты и др.

За дополнительной информацией
обращайтесь по адресу:
ir@vk.company

