

МКПАО "ВК"

Результаты VK за первое полугодие 2025 года

Транскрипт аудиозаписи звонка на русском языке

Представители компании:

- Анна Ретивова, директор по связям с инвесторами
- Александр Морозов, Вице-президент по экономике и финансам

Оператор

Уважаемые дамы и господа! Приветствуем вас на звонке, посвященном финансовым результатам VK за первое полугодие 2025 года. На экране будет транслироваться презентация компании. На этом передаю слово Анне Ретивовой, директору по связям с инвесторами VK. Анна, прошу вас.

Анна Ретивова

Добрый день! Спасибо. Мы рады приветствовать вас на нашем первом звонке после довольно долгого перерыва. В рамках сегодняшнего мероприятия мы обсудим финансовые и операционные результаты VK, планы по развитию и прогнозы, а также ответим на ваши вопросы. Презентация, которая демонстрируется на экране, доступна на сайте VK в разделе «Инвесторам». По итогам звонка на сайте также будет опубликован его транскрипт. Прошу обратить внимание, что звонок проводится исключительно для инвесторов, акционеров и аналитиков VK.

Прежде чем мы начнем основную часть нашего звонка, хочу обратить ваше внимание на традиционный дисклеймер о существующих рисках инвестирования, отсутствии инвестиционных рекомендаций и рекламы ценных бумаг, а также отраженных заявлениях прогнозного характера и ожиданиях менеджмента в демонстрируемой презентации. Информация и мнения, приведенные в настоящей презентации и в устных заявлениях, предоставляются по состоянию на 13 августа 2025 года и могут быть изменены без предварительного уведомления.

На этом передаю слово Вице-президенту по экономике и финансам VK Александру Морозову.

Александр Морозов

Спасибо, Анна. Еще раз всех приветствую на нашем звонке, посвященном финансовым результатам VK за первое полугодие 2025 года.

Начну с аудиторных метрик. VK является крупнейшей по числу пользователей IT-компанией в России. Пользователи сервисов VK составляют более 95% месячной аудитории Рунета. То есть практически все интернет-пользователи России — это пользователи наших продуктов.

В первом полугодии 2025 года компания продолжила демонстрировать рост ключевых метрик: дневной аудитории и time spent — времени, которое пользователи проводят на наших сервисах. Средняя дневная аудитория сервисов VK достигла 78 млн пользователей, что на 664 тыс. пользователей больше год к году. В первом полугодии 2025 года показатель

time spent составил в среднем 5,1 млрд минут в день, показав уверенный рост на 18% год к году.

Перейдем к ключевым событиям первого полугодия 2025 года.

VK провела дополнительную эмиссию акций, которые были размещены по закрытой подписке. Участниками подписки стали закрытые паевые инвестиционные фонды, пайщиками которых являются ключевые российские акционеры VK. В ходе размещения дополнительных акций было привлечено 112 млрд руб. Все привлеченные в рамках дополнительной эмиссии средства были направлены на снижение долговой нагрузки. В результате на конец первого полугодия 2025 года чистый долг компании сократился более чем в два раза и составил 77 млрд руб. Наша цель в кратко- и среднесрочной перспективе снизить долговую нагрузку до уровня два-три по соотношению чистого долга к скорректированной EBITDA.

После дополнительной эмиссии целевой график погашения является комфортным для компании. На конец первого полугодия компания располагает 38 млрд свободных денежных средств, что позволяет обслуживать текущие долговые обязательства и сохранять устойчивый рост бизнеса.

В результате дополнительной эмиссии была погашена бóльшая часть дорогого кредита. По состоянию на конец первого полугодия 2025 года 76% долгового портфеля VK состоит из долга с фиксированной ставкой 3,7% годовых. При этом средняя ставка всего долгового портфеля компании, включая кредиты по плавающей ставке, составляет 8,2%, что существенно ниже текущих рыночных условий.

Весной мы запустили цифровую платформу МАХ. Это легкий и удобный мессенджер, эксклюзивные государственные сервисы и бизнес-платформа. Функциональность мессенджера постоянно расширяется: в нем доступны базовые инструменты общения, бесплатная отправка больших файлов, групповые и видео звонки. Недавно мы приступили к тестированию каналов в МАХ, которые доступны на витрине и в поиске.

В МАХ интегрирован нейросетевой помощник GigaChat 2.0 от Сбера, который помогает решать рабочие и повседневные задачи.

Эксклюзивные государственные сервисы будут представлять собой целый ряд функций, которые позволят подтверждать личность и социальный статус без бумажных документов в различных жизненных ситуациях; автоматически, за счет связки с Госуслугами и Госключом, заполнять бланки, формы и подписывать документы; предоставлять защищенные образовательные сервисы; обеспечивать верифицированное общение с организациями и бизнесом. Сейчас мы находимся в активной стадии разработки и тестирования этой функциональности.

Бизнес-платформа обеспечивает компаниям простую и удобную интеграцию в МАХ и дает новые возможности для развития бизнеса и коммуникации с клиентами. В платформу уже интегрирован сервис онлайн-записи и автоматизации бизнеса YCLIENTS, сервис онлайн-бронирования Ozon Travel. Альфа-Банк и Банк ВТБ запустили онлайн-банкинг в МАХ. Начато тестирование переводов с использованием СБП. Бизнес-платформа МАХ обеспечивает легкую интеграцию при помощи чат-ботов и мини-приложений, которые обеспечивают полную функциональность всех сервисов в удобном для пользователей формате мессенджера.

MAX отвечает самым высоким требованиям безопасности. Приложение включено в реестр российского ПО. 15 июля MAX официально получил статус национального мессенджера. На осень у нас запланирована официальная презентация платформы.

Теперь перейдем на слайд о VK Видео.

VK видит важную задачу в создании ключевого отечественного видеосервиса. Начиная с 2023 года мы активно развивали VK Видео. Сегодня платформа объединяет все видеосервисы VK и предоставляет пользователям широкую библиотеку уникального, качественного и разнообразного контента — как профессионального, так и пользовательского.

Успешное развитие платформы достигается в том числе благодаря накопленному опыту VK по запуску и масштабированию новых продуктов, а также внедрению и усовершенствованию технологических характеристик и возможностей. Все это позволило кратно увеличить аудиторные метрики платформы.

С начала 2025 года VK Видео вышел на первое место по ежедневной аудитории среди видеосервисов в России и продолжает укреплять лидерство. Совокупное время, которое пользователи проводили за просмотром в VK Видео, выросло более чем в 4 раза на конец второго квартала 2025 года. Наиболее продолжительное время просмотра — у зрителей приложения для Smart TV: в среднем 216 минут в день во втором квартале, это на 44% выше, чем годом ранее. Количество установок приложения VK Видео на конец отчетного периода превысило 76 млн. За первое полугодие 2025 года количество авторов, создающих оригинальный контент на VK Видео, увеличилось на 130% год к году и превысило 182 тыс.

Среди ключевых направлений развития VK Видео мы видим расширение контента, дальнейшее развитие инструментов и программ монетизации для авторов, а также технологическое улучшение платформы, включая совершенствование поиска и системы рекомендаций. При этом VK продолжает параллельно развивать различные модели монетизации продукта, такие как нативные интеграции, in-stream реклама, тестирование подписочных моделей и сублицензирование. Доходы от видеорекламы за первое полугодие 2025 года увеличились на 71% год к году и составили 2,3 млрд руб.

Перейдем к финансовым результатам, которые Группа достигла по итогам первого полугодия 2025 года.

Мы сохраняем фокус на повышении рентабельности бизнеса. Выручка VK за первое полугодие 2025 года увеличилась на 13% год к году до 72,6 млрд руб. Операционные расходы снизились на 5%, капитальные вложения снизились на 43% год к году, как результат выхода из активной инвестиционной фазы. Скорректированная EBITDA VK за первое полугодие 2025 года составила 10,4 млрд руб. Рентабельность по скорректированной EBITDA выросла на 15 п. п. до 14%. Все операционные сегменты показали устойчивый рост по выручке и скорректированной EBITDA. О каждом сегменте отдельно мы поговорим далее. Чистый убыток за первое полугодие снизился на 49% год к году и составил 12,7 млрд руб.

Выручка VK за первое полугодие 2025 года увеличилась на 13% год к году до 72,6 млрд руб., демонстрируя стабильный двузначный темп роста. 70% в структуре общей выручки приходится на ключевой для VK сегмент «Социальные платформы и медиаконтент», выручка

которого по итогам первого полугодия составила 50,5 млрд руб., показав рост на 8% год к году. Основным источником дохода в данном сегменте является онлайн-реклама.

Динамика рекламной выручки в первом полугодии находилась под влиянием общерыночных факторов: высокая ключевая ставка и ограничения в кредитовании продолжают оказывать давление на уровень потребления и рекламные бюджеты. Особенно это заметно в таких рекламных категориях как финансы, телекоммуникации, автомобили и товары повседневного спроса. При этом мы видим рост в таких рекламных категориях как электронная коммерция, игры, спорт и фитнес, образование и работа. В частности, мы наблюдаем повышение интереса рекламодателей в сфере электронной коммерции к нашим рекламным продуктам и технологиям. За первое полугодие рост бюджетов рекламодателей в сфере электронной коммерции составил порядка 47% год к году.

Мы продолжаем повышать качество рекламных инструментов и их эффективность, работаем над удобством технологий для продвижения, в том числе с использованием искусственного интеллекта, развиваем новые форматы и продукты для рекламодателей. Мы фокусируемся на работе с клиентами среднего и малого бизнеса. За первое полугодие 2025 года доходы от клиентов малого и среднего бизнеса выросли на 16% год к году до 17,6 млрд руб., что составляет порядка 40% в структуре рекламной выручки VK.

Отдельный фокус — это монетизация инвентаря VK Видео: рекламодателям доступны нативные интеграции, форматы видеорекламы, размещаемые в начале и середине видеоролика.

Быстрорастущими сегментами сегодня являются «Технологии для бизнеса» и «Образовательные технологии», показавшие рост на 48% и 24% год к году соответственно. Эти два сегмента являются основными источниками нерекламной выручки для компании.

Как мы уже объявляли ранее, по итогам 2024 года компания завершила активную инвестиционную фазу и сместила фокус на повышение рентабельности бизнеса. Мы стабилизировали численность персонала в зрелых продуктах и бэк-офисных функциях — активный найм осуществляется только в быстрорастущие продукты. Объем маркетинговых активностей был существенно сокращен — маркетинговые кампании проводятся точно и направлены на поддержку ключевых продуктов и новых запусков. В отчетном периоде мы провели девять рекламных кампаний, в том числе поддержав RuStore, VK Видео, VK AdBlogger и VK Fest. Мы также сменили подход к управлению расходами на контент — снижение затрат на производство контента достигается в том числе за счет партнерств с телевизионными каналами. Мы получаем дополнительную выручку от сублицензирования, предоставляя телеканалам права на показ ранее созданного эксклюзивного контента. Также фокусируемся на росте пользовательского контента.

По итогам первого полугодия 2025 года доля расходов от выручки составила 86%, что существенно ниже аналогичных показателей в предыдущие периоды.

Перейдем на слайд о капитальных вложениях.

Во время активной инвестиционной фазы в 2023—2024 годах мы обновили серверное и сетевое оборудование и сформировали необходимые запасы, а также перешли на

использование облачной инфраструктуры, что позволяет нам более эффективно использовать текущее оборудование, кратное повышая уровень утилизации существующей инфраструктуры.

Как видно на графике, мы прошли пиковые значения капитальных расходов и постепенно снижаем уровень капитальных затрат как долю от выручки. По итогам первого полугодия 2025 года доля капитальных вложений как процент от выручки составила 10%, показав снижение на 8 п. п. с 18% по итогам полного 2024 года. При этом по итогам 2025 года ожидаем, что капитальные вложения составят не выше 15% от выручки.

Мы повышаем данный ранее прогноз и ожидаем, что по итогам 2025 года скорректированный показатель EBITDA составит более 20 млрд руб. Приоритетом VK в 2025 году остается развитие направлений долгосрочного роста и повышение рентабельности бизнеса.

Теперь подробнее рассмотрим результаты каждого из бизнес-сегментов VK. Напомню, что продуктовый портфель VK включает более 200 продуктов, которые формируют четыре основных сегмента.

Сегмент «Социальные платформы и медиаконтент» — ключевой аудиторный бизнес VK. Сегмент имеет сильные рыночные позиции по доле экранного времени, а также количеству пользователей, ежедневно использующих продукты компании.

Образовательный сегмент сегодня представлен продуктами Учи.ру и Тетрика, благодаря которым VK занимает лидирующие позиции в сегменте детского онлайн-образования. Аудитория Учи.ру и Тетрики дает возможность построения единой системы непрерывного обучения и развития детей, начиная с дошкольного возраста.

Сегмент «Технологии для бизнеса» представлен VK Tech. VK разрабатывает и поставляет корпоративное ПО бизнес-клиентам в рамках VK Tech, что позволяет компании монетизировать накопленную технологическую экспертизу и эффективно диверсифицировать бизнес.

Сегмент «Экосистемные сервисы и прочие направления» помимо зрелых экосистемных сервисов Mail включает такие продукты, как магазин приложений RuStore, игровую платформу VK Play и продукты для среднего и малого бизнеса. В рамках данного сегмента мы развиваем как новые рекламные форматы, так и нерекламные источники доходов, включая подписочные и транзакционные модели.

Перейдем к финансовым результатам сегмента «Социальные платформы и медиаконтент».

Выручка ключевого для VK сегмента «Социальные платформы и медиаконтент» увеличилась за первое полугодие 2025 года на 8% и составила 50,5 млрд руб. Основным драйвером роста выручки остается ВКонтакте — выручка социальной сети увеличилась на 11%. Стабильно растет база подписок VK Музыка, просмотры в VK Видео и VK Клипах, а также аудитория VK Знакомств.

Мы активно развиваем новые рекламные форматы и поверхности. В частности, в 2025 году мы постепенно запускаем in-stream рекламу на всех поверхностях в VK Видео, кроме детского режима. По итогам первого полугодия 2025 года доходы от in-stream рекламы на платформах VK увеличились в два раза год к году до 1,3 млрд руб. Мы также смотрим на такие направления рынка рекламы, как инфлюенс-маркетинг и социальная коммерция.

Скорректированный показатель EBITDA сегмента в первом полугодии 2025 года вырос в 4,7 раза и составил 10,3 млрд руб. Рентабельность по скорректированной EBITDA составила 20%.

Ключевой актив сегмента «Социальные платформы и медиаконтент» соцсеть ВКонтакте стабильно показывает рост аудиторных метрик. Во втором квартале 2025 года средняя месячная аудитория соцсети в России выросла на 5% год к году и составила 92,5 млн пользователей.

ВКонтакте продолжает улучшать алгоритмы рекомендаций, которые работают на глубокое вовлечение аудитории, отвечая запросам пользователей, авторов и бизнеса. Напомню, что на базе соцсети ВКонтакте мы развиваем направление социальной коммерции в рамках стратегического проекта с Ozon. Во втором квартале этого года началось тестирование инструмента для взаимодействия блогеров и продавцов Ozon. Блогеры получили возможность рекламировать товары с маркетплейса и получать процент от каждой продажи, совершенной по рекламной публикации, а продавцы — стимулировать продажи через авторский контент.

Активно развивается VK AdBlogger — платформа для размещения нативной рекламы, связывающая бизнес и создателей контента. Запуск платформы состоялся осенью прошлого года. К июню общее количество совершенных сделок достигло 700 тыс.

Одноклассники — наша социальная сеть про увлечения и хобби с очень лояльной аудиторией. Показатель средней месячной аудитории Одноклассников во втором квартале 2025 года остался стабильным год к году и составил 34,2 млн пользователей. При этом аудитория соцсети продолжила демонстрировать высокую активность на платформе, отправляя друг другу больше виртуальных подарков, открыток и стикеров.

Средняя месячная аудитория Дзена стабильна: за второй квартал 2025 года показатель составил 75,3 млн пользователей. Платформа фокусируется на новостном и актуальном контенте.

Перейдем к нашим медиаконтентным сервисам.

Сервис коротких видеороликов VK Клипы продолжает показывать высокие двузначные темпы роста. За второй квартал 2025 года среднесуточные просмотры VK Клипов выросли на 70% год к году до 2,9 млрд. Time spent вырос более чем в два раза. Количество опубликованных клипов увеличилось в шесть раз, а число создателей контента — на 118%.

Средняя месячная аудитория VK Музыки в России во втором квартале 2025 года составила 44,3 млн пользователей. База подписчиков сервиса на конец второго квартала 2025 года выросла на 15% год к году.

VK Знакомства является крупнейшим дейтинг-сервисом в России. Напомню, что запуск полномасштабного приложения прошел в третьем квартале 2023 года. По итогам второго квартала 2025 года средняя месячная аудитория VK Знакомств в мире выросла на 46% по сравнению со вторым кварталом 2024 года и составила 4,5 млн пользователей.

В рамках сегмента «Социальные платформы и медиаконтент» мы продолжим фокусироваться на повышении качества рекомендательных технологий и функциональности продуктов, а также расширении контентной базы.

Теперь подробнее рассмотрим результаты нашего образовательного сегмента.

Сегмент «Образовательные технологии» показал рост выручки на 24% до 3,9 млрд руб. по итогам первого полугодия 2025 года. Отмечу, что начиная с 2025 года на темпы роста выручки больше не оказывает влияния эффект от консолидации платформ Учи.ру и Тетрики. Драйверами роста выручки в первом полугодии 2025 года стали расширение продуктовой линейки и синергия от объединения аудиторий платформ, а также устойчивый спрос на образовательные курсы для детей. Скорректированный показатель EBITDA сегмента вырос в 2,4 раза год к году и составил 0,6 млрд руб. с рентабельностью по EBITDA в размере 15%.

Как я уже отмечал ранее, VK занимает лидирующие позиции на рынке детского онлайн-образования, консолидируя крупнейшую образовательную платформу Учи.ру и онлайн-школу для занятий с репетиторами Тетрика. Наши образовательные сервисы демонстрируют двузначные темпы роста среднего чека на платящего пользователя. По итогам первого полугодия 2025 года средний чек вырос на 18% год к году на Учи.ру и на 19% в Тетрике.

В рамках данного сегмента мы фокусируемся на повышении синергии активов — объединении аудиторий платформ и оптимизации затрат на продвижение продуктов и привлечение аудитории. Мы активно развиваем дополнительные форматы обучения, отвечающие потребностям наших учеников: групповые занятия, смешанные форматы, внешкольную программу. В этом году мы вышли на новый для VK подсегмент рынка — рынок дошкольного образования — с комплексным продуктом для подготовки к школе от Учи.ру.

Перейдем на слайд «Технологии для бизнеса».

Сегмент «Технологии для бизнеса» — самое быстрорастущее направление VK — продолжает показывать сильные результаты. В первом полугодии 2025 года выручка увеличилась на 48% год к году до 6,7 млрд руб. Наибольший рост выручки показали бизнес-приложения — рост на 120% год к году — и сервисы продуктивности VK WorkSpace — рост на 89%.

Текущий портфель продуктов достиг уровня зрелости, когда каждая новая продажа продукта уже не требует существенных дополнительных затрат и это транслируется в замедлении темпов роста капитализированных расходов на нематериальные активы. Скорректированный показатель EBITDA VK Tech составил 0,7 млрд руб., показав рост в 2,7 раза относительно значения за первое полугодие 2024 года. Рентабельность по скорректированной EBITDA составила 11% против 6[%] в первом полугодии 2024 года.

Конкурентным преимуществом VK Tech является параллельное развитие всех моделей поставки продуктов: On-Premise — развертывание на инфраструктуре заказчика — и On-Cloud — развертывание на инфраструктуре VK Tech. Такая бизнес-модель покрывает запросы клиентов любого масштаба и отрасли и позволяет быстрыми темпами наращивать клиентскую базу, которая в первом полугодии 2025 года выросла более чем в 3 раза год к году и составила более 20 тыс. клиентов.

Рекуррентная выручка выросла в два раза год к году и превысила 70% от общей выручки VK Tech. Это обусловлено существенным ростом клиентской базы, использующей сервисы по модели On-Cloud. При этом традиционно большая часть выручки по On-Premise приходится на второе полугодие.

В конце прошлого года мы объявили о том, что рассматриваем возможность вывести данное направление на IPO. На данный момент VK Tech технически готов к размещению. В июле этого года VK Tech зарегистрировал проспект ценных бумаг с дополнительным выпуском акций и сменил организационно-правовую форму на публичное акционерное общество. Решение об IPO будет принято с учетом конъюнктуры рынка после получения необходимых корпоративных одобрений.

Теперь перейдем к нашему четвертому сегменту «Экосистемные сервисы и прочие направления».

По итогам первого полугодия 2025 года сегмент «Экосистемные сервисы и прочие направления» показал рост выручки на 18% год к году до 12,8 млрд руб. Ключевыми драйверами стали рост выручки RuStore, рост выручки Облака Mail и YCLIENTS.

Далее поговорим о ключевых продуктах сегмента.

Ядро наших экосистемных сервисов — это сервисы Mail: Почта, Облако, Документы, Покупки, Календарь и Заметки. Почта Mail остается уверенным лидером по аудитории среди почтовых сервисов в России. По итогам второго квартала средняя месячная аудитория сервиса составила 48,5 млн пользователей. Облако Mail — одно из ведущих облачных B2C-решений на российском рынке со средней месячной аудиторией 20,3 млн пользователей по итогам второго квартала.

В рамках данного сегмента VK продолжает развивать значимые для российского рынка продукты — российский магазин приложений RuStore и российскую игровую платформу VK Play.

RuStore занимает второе место по размеру аудитории среди всех магазинов приложений для Android-устройств в России. Средняя месячная аудитория магазина приложений RuStore за второй квартал 2025 года составила 58 млн пользователей. RuStore продолжает развивать каталог: на конец отчетного периода пользователям доступно более 75 тыс. сервисов и игр от разработчиков из 40 стран. RuStore создает инфраструктуру для развития бизнеса российских и зарубежных разработчиков — они могут монетизировать, продвигать и развивать свои приложения.

В июне 2025 года RuStore объявил о выходе на рынок Вьетнама, что дает возможность вьетнамским разработчикам запускать продукты на российскую аудиторию, а RuStore — пополнять каталог приложениями из Юго-Восточной Азии. Также видим большой интерес со стороны китайских разработчиков. В первом полугодии 2025 года объем их инвестиций в рекламу мобильных приложений в RuStore превысил аналогичный показатель за весь прошлый год.

Платформа VK Play прошла основной инвестиционный цикл и сформировала ядро аудитории. На конец второго квартала 2025 года в VK Play зарегистрировано более 54 млн аккаунтов. Средняя месячная аудитория за второй квартал 2025 года составила 13,7 млн пользователей в мире.

VK Play имеет несколько источников выручки, включая игровой магазин, облачный гейминг, рекламные и коммерческие интеграции. Облачный гейминг продолжает оставаться самым

динамично развивающимся направлением. Этот рост открывает новые перспективы. Команда уже работает над масштабированием технологий и расширением возможностей для игроков.

Повторюсь, по итогам первого полугодия все операционные сегменты показали уверенный рост и по выручке, и по скорректированной EBITDA. Устойчивая рентабельность по EBITDA достигнута не только на уровне Группы в целом, но и по каждому операционному сегменту в отдельности.

В завершении основной части нашего звонка хотел бы кратко остановиться на приоритетах развития VK.

Компания определила две важные задачи на 2025 год.

Первая — повышение финансовой устойчивости. Компания не планирует существенно наращивать долг в будущем, реализацию крупных инвестиционных проектов намерена осуществлять в формате партнерств. Повторю, наша цель по уровню долговой нагрузки в кратко- и среднесрочной перспективе: соотношение чистого долга к скорректированной EBITDA на уровне двух-трех.

Вторая задача — повышение рентабельности и операционной эффективности бизнеса. Фокусом VK остается последовательное развитие стратегических бизнес-сегментов и точек будущего роста.

На этом передаю слово Анне. Спасибо за внимание!

Анна Ретивова

Александр, спасибо! На этом мы завершаем основную часть нашего звонка и переходим к сессии вопросов и ответов. Передаю слово оператору.