

Слайд 4. VK – лидер по аудиторным показателям в Рунете

- VK сохраняет уверенную динамику роста ключевых аудиторных метрик:
 - Во втором квартале 2026 года дневная аудитория выросла на 13,2 млн пользователей до 90,7 млн.
 - Time spent вырос на 57% год к году до 7,8 млрд минут в день.
- Основные драйверы роста операционных метрик:
 - Непрерывное совершенствование зрелых продуктов и сервисов.
 - Развитие новых продуктов, в том числе VK Видео и MAX.
 - Повышение вовлеченности и лояльности пользователей.
- В июле VK продолжила показывать рост по дневной аудитории и времени, проведенном пользователями в продуктах компании.

Слайд 6. Ключевые финансовые показатели VK за 1 полугодие 2026 года

- За первое полугодие выручка VK увеличилась на 12% до 81 млрд руб.
 - Выручка от онлайн-рекламы выросла на 8% до 48,6 млрд руб. Рост выручки обеспечен повышением качества рекомендательных систем, ростом видеорекламы, развитием нерекламных сегментов, а также вкладом новых направлений, таких как социальная коммерция.
- Показатель EBITDA вырос на 34% до 14 млрд руб.
 - Рентабельность составила 17%, показав рост на 3 п.п.
 - Рост рентабельности по EBITDA обеспечен за счет эффективного управления расходами, а также приоритизации наиболее рентабельных каналов продаж.
- Все операционные сегменты показали рост по выручке и положительную рентабельность по EBITDA.
- Чистый операционный поток превысил 15 млрд руб. по сравнению с отрицательным значением в первом полугодии 2025 года. Сильная положительная динамика обусловлена ростом EBITDA, а также существенным снижением расходов на обслуживание долга.
- По итогам полугодия свободный денежный поток вошел в положительную зону и составил 3 млрд руб. благодаря существенному росту чистого операционного денежного потока и эффективному управлению капитальными затратами. Данный показатель не учитывает поступления от инвестиционной деятельности, то есть не включает средства, полученные от продажи доли в Точка Банке.
- Существенно улучшен финансовый результат. По итогам первого полугодия чистый убыток сократился более чем в 3 раза до 3,8 млрд руб. На формирование финансового результата, помимо процентных платежей, также влияют высокие амортизационные отчисления как результат завершившейся инвестиционной фазы: инвестиции в создание нематериальных активов, строительство ЦОД, сетевое и серверное оборудование.

Слайд 7. Ускорение роста ключевых финансовых показателей VK во втором квартале 2026 года

- Во втором квартале 2026 года VK продемонстрировала ускорение темпов роста финансовых результатов.
- Выручка увеличилась на 17% до 43,5 млрд руб.
 - Вклад в ускорение роста внесла в том числе выручка от онлайн-рекламы, которая показала двузначный темп роста: на 14% год к году до 26,7 млрд руб.
- EBITDA выросла на 41% до 7,6 млрд руб.
 - Рентабельность по EBITDA составила 17%.
- Во втором квартале VK продемонстрировала чистую прибыль в размере 328 млн руб. Наибольший вклад в формирование положительного финансового результата оказало существенное снижение расходов на обслуживание долга.

Слайд 8. Диверсификация источников выручки в первом полугодии 2026 года

- Онлайн-реклама остается крупнейшим источником выручки VK.
 - Ключевой сегмент, который приносит рекламную выручку, – «Социальные платформы и медиаконтент». Выручка сегмента по итогам полугодия составила 57,3 млрд руб., показав рост на 13% год к году.
 - Доходы от in-stream видеорекламы выросли на 44%.
 - Доходы от онлайн-рекламы крупного бизнеса выросли на 12%.
 - Инвестиции рекламодателей из Китая выросли в 2,7 раза.

- Около 40% доходов VK формируют нерекламные направления — технологии для бизнеса, образовательные сервисы, пользовательские и транзакционные платежи внутри продуктов.
 - Эти направления уже занимают существенную долю бизнеса, при этом многие из них растут быстрее доходов от рекламы.
 - Опережающие темпы роста продолжили демонстрировать VK Tech, образовательные платформы Учи.ру и Тетрика, Почта и Облако Mail, дейтинг-сервис VK Знакомства и другие продукты VK. Это говорит о том, что у компании диверсифицированные источники роста помимо рекламного бизнеса.

Слайд 9. Все операционные сегменты показали рост ключевых финансовых показателей

- Социальные платформы и медиаконтент:
 - Выручка сегмента «Социальные платформы и медиаконтент» показала двузначные темпы роста. Показатель увеличился на 13% и составил 57,3 млрд руб.
 - Основным драйвером роста выручки является ВКонтакте – ключевой актив сегмента. Выручка социальной сети продолжила демонстрировать двузначные темпы роста – за полугодие она выросла на 21%, а за второй квартал – на 35%. Рост выручки соцсети в основном обусловлен ростом доходов от in-stream видеорекламы, VK Клипов и социальной коммерции.
 - Продолжается рост аудитории VK Видео и VK Знакомств, растут просмотры в VK Клипах и база подписок VK Музыки.
 - EBITDA сегмента за первое полугодие 2026 года составила 13,2 млрд руб., увеличившись на 27%.
 - Рентабельность по EBITDA составила 23%, показав рост на 3 п.п. год к году.
- Образовательные технологии:
 - Сегмент «Образовательные технологии» является одним из ключевых источников нерекламной выручки.
 - По итогам первого полугодия выручка выросла на 26% до 4,9 млрд руб.
 - EBITDA сегмента составила 1 млрд руб., показав рост на 75% год к году.
 - Рентабельность по EBITDA увеличилась на 6 п.п. до 21%.
 - Драйверами роста выручки остаются устойчивый спрос на образовательные курсы для детей, синергетический эффект от совместного развития платформ, расширение форматов онлайн-занятий и линейки продуктов.
- Технологии для бизнеса:
 - Сегмент «Технологии для бизнеса» остается быстрорастущим направлением VK. В первом полугодии выручка увеличилась на 35% год к году до 9 млрд руб.
 - Основным драйвером роста выручки стали сервисы продуктивности VK WorkSpace с ростом на 95%.
 - EBITDA VK Tech составила 0,75 млрд руб.
 - Рентабельность по EBITDA составила 8%.
 - Рекуррентная выручка выросла на 58% год к году и составила 86% от общей выручки VK Tech. Это обусловлено в первую очередь ростом спроса на программные продукты, поставляемые в формате облачных сервисов.
 - Одним из ключевых событий является выделение отдельного направления «ИИ-решения». Теперь продуктовый портфель состоит из 5 направлений. Выручка нового направления с момента запуска составила 517 млн руб.
- Экосистемные сервисы и прочие направления:
 - По итогам первого полугодия сегмент показал рост выручки на 7% год к году до 13,7 млрд руб.
 - EBITDA сегмента выросла на 56% до 0,8 млрд руб.
 - Рентабельность по EBITDA составила 6%, показав рост на 2 п.п.
 - Опережающие темпы роста продолжили демонстрировать Почта и Облако Mail с ростом выручки на 67%, в том числе за счет роста выручки от подписки Mail Space на 102%, и YCLIENTS – на 23%.

Слайд 10. Эффективное управление расходами

- Компания сохраняет фокус на управлении расходами и автоматизации внутренних процессов для обеспечения долгосрочной эффективности и повышения рентабельности.
- По итогам первого полугодия операционные расходы компании составили 68 млрд руб.
- Доля расходов как процент от выручки снижена на 3 п.п. до 83% по сравнению с 2025 годом.
- VK последовательно повышает эффективность агентских и партнерских расходов:
 - повышение эффективности монетизации авторов.
 - увеличение маржинальности рекламной выручки.

- Управление расходами также происходит за счет сдерживания расходов на маркетинг и создание медиаконтента.

Слайд 11. Капитальные вложения

- Капитальные затраты включают в себя инвестиции в строительство ЦОД, поддержание необходимого запаса сетевого и серверного оборудования, разработку ПО.
- По итогам первого полугодия 2026 года капитальные затраты составили 12 млрд руб., что составляет 15% от выручки.
- Прогноз по капитальным затратам на 2026 год: на уровне 15-18% от выручки, с учетом роста стоимости ИТ-комплектующих, а также инвестиций в обеспечение безопасности инфраструктуры.
- VK последовательно повышает эффективность использования действующей инфраструктуры:
 - Централизованное управление инфраструктурой. Единая облачная система управления контентными платформами и социальными сетями позволяет эффективнее распределять серверные мощности между продуктами, повышать гибкость инфраструктуры и сокращать потребность в закупке дополнительного оборудования.
 - Оптимизация облачных ресурсов. Компания регулярно анализирует потребности продуктов и сервисов в мощностях и хранении данных, перераспределяет ресурсы и оптимизирует связанные процессы.

Слайд 12. Устойчивый рост EBITDA

- VK продолжает демонстрировать устойчивый рост операционной эффективности и рентабельности.
- В первом полугодии 2026 года EBITDA выросла на 34% до 14 млрд руб. Рентабельность выросла на 3 п.п. до 17%.
- Во втором квартале 2026 года произошло ускорение роста EBITDA до 41% год к году, показатель вырос до 7,6 млрд руб.
- Компания сохраняет прогноз и ожидает, что EBITDA превысит 24 млрд руб. по итогам 2026 года.

Слайд 13. Снижение долговой нагрузки

- VK продолжила последовательно снижать долговую нагрузку.
 - Чистый долг на конец июня уменьшился на 27% до 60 млрд руб.
 - Соотношение Чистый долг/EBITDA улучшилось и составило 2,3х.
- VK сохраняет целевой ориентир по соотношению чистого долга к EBITDA в диапазоне 2-3х по итогам 2026 года.
- Снижение долговой нагрузки позволило компании существенно снизить процентные платежи, что позитивно сказывается на чистом операционном потоке и формировании положительного свободного денежного потока по итогам первого полугодия.
- Средняя ставка всего долгового портфеля компании, включая кредиты по плавающей ставке, составляет менее 10%, что значительно ниже текущих рыночных условий.
- На конец июня у компании порядка 50 млрд руб. свободных денежных средств, что позволяет обслуживать текущие долговые обязательства, сохранять устойчивый рост бизнеса и инвестировать в проекты долгосрочного роста.

Слайд 15. MAX – национальный мессенджер

- По состоянию на август 2026 года ежемесячно MAX пользуется свыше 108 млн человек, ежедневная аудитория превысила 87 млн.
- VK продолжает развивать функционал мессенджера для общения и обмена информацией.
 - Среди ключевых обновлений платформы — создание публичных каналов всеми пользователями, лента рекомендаций, отложенный постинг, трансляции и комментарии в каналах. Пользователи получили возможность публиковать истории, расшифровывать видеосообщения, создавать опросы в групповых чатах и собственные стикеры.
- VK продолжает развивать сервисы и инструменты для бизнеса и авторов.
- На прошлой неделе MAX объявил об открытии API для создания альтернативных клиентских приложений, что расширит возможности разработчиков — от решения бизнес-задач до создания кастомных пользовательских сценариев. К «Программе разработчиков MAX» смогут присоединиться ИТ-компании из России и дружественных стран.

Слайд 16. VK Видео – крупнейший видеосервис России

- Сегодня VK Видео является лидером по ежедневной и ежемесячной аудитории среди российских видеосервисов. Аудиторные метрики платформы продолжают расти.

- Во втором квартале 2026 года средняя месячная аудитория VK Видео в России выросла на 11%.
- Совокупное время, которое зрители проводили за просмотром контента в VK Видео, выросло в 1,6 раза.
- Количество установок приложения VK Видео увеличилось на 91% и составило 145 млн.
- В первом полугодии доходы от in-stream видеорекламы выросли на 44% до 4,9 млрд руб. В апреле 2026 года запущена подписка VK Видео Премиум.
- Видео становится одним из ключевых форматов потребления контента в Рунете, что поддерживает рост интереса рекламодателей к видеорекламе. Сильные позиции VK Видео делают платформу привлекательной для рекламодателей с высоким потенциалом дальнейшего увеличения рекламных бюджетов и роста выручки от видеорекламы.

Слайд 17. VK Реклама – единая платформа для продвижения бизнеса

- В рамках развития рекламного направления VK выделяет три ключевых вектора:
 - (1) Развитие ML-моделей, предиктивной аналитики и новых рекламных форматов, которые дают максимальную отдачу для клиентов.
 - В первом полугодии 2026 года число целевых действий выросло на 82%.
 - Общее количество рекламных кампаний в VK Рекламе выросло на 45%.
 - (2) Внедрение и совершенствование работы ИИ и генеративных нейросетей в рекламных технологиях.
 - В первом полугодии 2026 года запущен раздел с ИИ-инструментами «Креативная студия».
 - (3) Развитие новых поверхностей (VK Видео и Smart TV) и новых рекламных форматов.
 - В кабинете VK Рекламы появился отдельный объект продвижения — «Каналы». Рекламодатели могут продвигать каналы ВКонтакте, MAX и Дзена в едином сценарии с оптимизацией под цели площадок: подписки, клики, дочитывания и просмотры видео.
- Зарубежные рекламодатели увеличили инвестиции в продвижение на VK Рекламе. В первом полугодии 2026 года инвестиции компаний из Китая выросли в 2,7 раза и составили более 2,5 млрд руб. Количество китайских рекламодателей увеличилось на 62%.

Слайд 18. Новые тренды: социальная коммерция в VK

- VK продолжает развитие социальной коммерции, расширяя возможности для покупок внутри соцсети ВКонтакте.
- Более 40 тыс. продавцов Ozon реализовали интеграцию с ВКонтакте.
- Публикации товарного контента выросли в 7 раз с начала года до 2,8 тыс. в сутки. Число заказов товаров Ozon из авторского контента увеличилось более чем в 25 раз до 70 тыс. в день.
- Совокупная выручка VK от социальной коммерции с момента запуска направления в 2025 году превысила 2,2 млрд руб.

Слайд 20. Приоритеты VK

- Компания сохраняет заявленные ранее приоритеты:
 - Повышение рентабельности и операционной эффективности бизнеса. VK ожидает, что по итогам 2026 года показатель EBITDA составит более 24 млрд руб.
 - Сохранение финансовой устойчивости. Цель по уровню долговой нагрузки в кратко- и среднесрочной перспективе – поддержание диапазона по соотношению чистого долга к EBITDA на уровне 2-3х. На текущий момент показатель составляет 2,3х.
 - Укрепление лидерства по аудиторным метрикам.
- В фокусе внимания также развитие перспективных направлений долгосрочного роста:
 - Развитие MAX.
 - Укрепление лидерских позиций VK Видео и монетизация инвентаря видеоплатформы.
 - Развитие нерекламных направлений: VK Tech, детское образование.
 - Инфлюенс-маркетинг и социальная коммерция.
 - Поиск новых форматов, повышение качества рекламных инструментов.