

Финансовые результаты Яндекса за 3 квартал 2024 года

Транскрипт аудиозаписи звонка на русском языке

**Оператор**

Уважаемые дамы и господа! Приветствуем вас на звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 3 квартал 2024 года. Прямая трансляция звонка также доступна в Телемосте. Звонок записывается. Прошу обратить внимание: на экране будет транслироваться презентация компании. На этом передаю слово компании. Прошу вас.

**Алексей (представитель Компании)**

Добрый день! Мы рады приветствовать вас на онлайн-звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за третий квартал 2024 года. На этом звонке мы поговорим о результатах квартала, рынках и их потенциале, а также ответим на ваши вопросы. После звонка мы выложим на сайт транскрипт звонка. Слайды доступны на нашем сайте для инвесторов.

Следующий слайд, пожалуйста.

Как обычно, важный дисклеймер: данная презентация может содержать прогнозные заявления, связанные с рисками и неопределенностями. Фактические результаты могут существенно отличаться от результатов, прогнозируемых или подразумеваемых такими заявлениями, и их не следует рассматривать как показатель будущих результатов нашей деятельности. Вся информация в настоящей презентации приведена по состоянию на 29 октября 2024 года (если не указано иное), при этом «Яндекс» прямо отказывается от обязанности обновлять указанную информацию, если закон не требует иного.

Теперь я передаю слово Александру.

**Александр (представитель Компании)**

Добрый день! Леша, спасибо большое. Кто-то уже из вас успел познакомиться с Алексеем, но на всякий случай обращаю внимание, что в августе к нашей команде по связям с инвесторами присоединился Алексей Субботин, профессионал с большим опытом работы в IR и финансовой сфере.

Также отмечу, что в прошлом квартале наши акции начали торговаться на Московской бирже. Мы всегда стремились обеспечить высокий уровень прозрачности нашей компании для инвесторов, и в этом квартале мы раскрыли показатель EBITDA в сегменте Екома, Райдтех, и Доставка. В будущем мы продолжим предоставлять информацию, которая будет помогать инвесторам лучше понимать нашу компанию.

Сейчас переходим к обзору финансовых и операционных результатов работы Яндекса за 3 квартал 2024 года.

Следующий слайд, пожалуйста.

Яндекс сегодня — это крупнейшая в России технологическая компания с почти триллионной выручкой и капитализацией около 1,5 трлн рублей.

Яндекс — это десятки тысяч высококлассных специалистов, которые делают сотни самых современных цифровых продуктов и услуг, которыми пользуются более ста миллионов клиентов в России и мире. Яндекс — один из самых привлекательных работодателей в стране. Мы умеем находить и развивать таланты — в этом наша сила.

Яндекс — это технологии поиска, навигации, обучения, развлечения и искусственного интеллекта; это умные устройства, автономные машины и роботы.

Все наши рынки, на которых мы работаем, технологичны, масштабируемы и растут гораздо быстрее традиционных индустрий. Я также хочу отметить, что правильный выбор рынков для активного развития позволяет нам продолжать демонстрировать высокий темп роста.

Теперь переходим непосредственно к результатам 3 квартала.

Я хочу отметить, что правильный выбор рынков для активного развития позволяет нам продолжать демонстрировать высокие темпы роста.

Следующий слайд

Консолидированная выручка компании в 3 квартале выросла на 36% год к году. Росту выручки в абсолютных значениях в рублях способствовали наши ключевые сегменты: Поиск и портал, Еком, Райдтех и Доставка, Плюс и развлекательные сервисы.

Скорректированный показатель EBITDA вырос на 66% год к году и составил 54,7 млрд рублей, а рентабельность этого показателя выросла до 19,8%. CAPEX в 3 квартале составил 38 млрд рублей, или 13,7% от выручки.

Численность основного персонала на конец 3 квартала выросла на 15% до 28 тысяч человек. Это безусловно основной актив компании: наши специалисты продолжают развивать продукты и технологии, что позволяет нам эффективно расти.

Надо также помнить про наших партнеров и их сотрудников — наши сервисы предоставляют возможность зарабатывать миллионам людей. Это и наши партнеры, водители, курьеры, кладовщики и многие другие.

Следующий слайд, пожалуйста.

Переходя к структуре выручки в 3 квартале 2024 года, хочу обратить ваше внимание на то, что несмотря на трёхкратный рост выручки за последние три года, темпы роста наших основных сегментов продолжают оставаться очень высокими. Мы продолжаем расти опережающими темпами во многом благодаря тому, что мы умеем успешно создавать бизнесы на рынках с высоким потенциалом роста.

Яндекс занимает лидирующие позиции на больших и перспективных рынках, которые продолжают расти за счет цифровизации, импортозамещения и появления новых технологий, разрабатываемых и локализуемых нашими специалистами.

Мы не только успешны на наших традиционных B2C-рынках, но и активно развиваем новые направления бизнеса. Например, мы направляем огромные усилия на развитие нашего B2B-сегмента, который включает в себя Yandex Cloud, Яндекс 360 и Искусственный интеллект. Мы оцениваем потенциал этого рынка в России в сотни миллиардов рублей и имеем возможности и амбицию занять на нем значимую долю.

Мы подтверждаем наш прогноз на 2024 год, ожидая роста выручки на 38—40% и EBITDA на уровне 170—175 млрд рублей. В прогнозе мы учитываем наши планы по развитию основных продуктов, конкурентную динамику на наших рынках и макроэкономическую ситуацию.

Следующий слайд.

20 сентября впервые в истории мы выплатили дивиденды. Общая сумма выплат составила 29,2 млрд рублей. Дивидендная политика, утвержденная Советом директоров в марте этого года, предполагает выплату дивидендов два раза в год по решению общего собрания акционеров на основании рекомендации Совета директоров и предложений менеджмента. Мы вышли на новый этап своего развития, когда размер нашего бизнеса позволяет нам финансировать проекты развития и выплачивать дивиденды.

Следующий слайд.

Теперь мы перейдем к динамике наших ключевых сегментов.

Следующий слайд, пожалуйста.

У Поиска около 109 миллионов активных пользователей в месяц. Количество поисковых запросов и наша доля на рынке поиска продолжает расти. В этом квартале мы показали самый стремительный рост рыночной доли поиска с 2015 года, когда появился Яндекс Радар — общедоступный инструмент для измерения долей поисковых систем — наша доля составила 65,5%.

На конец квартала это был самый высокий показатель за нашу историю, но сегодня наша доля ещё выше — 66,3%. Как в конце 2010 — начале 2011 года, достичь такого уровня доли нам помог Матрикснет — наша собственная прорывная технология, которая при подборе релевантных результатов поиска учитывала десятки тысяч факторов. Это делало качество поиска Яндекса существенно лучше, чем у мировых игроков и вырастило долю. К слову, позже мировые игроки реплицировали подход.

Наша доля поиска продолжает расти благодаря росту популярности Яндекс Браузера, а также благодаря развитию и интеграции наших генеративных ИИ-технологий. Так, например, в этом квартале в Поиске появились ответы Нейро. При этом важно понимать, что конкуренция на рынке никуда не делась.

Что касается Яндекс Браузера, в этом квартале мы преодолели важный рубеж: Яндекс Браузер и поисковые приложения Яндекса впервые обогнали по доле рынка Chrome и поисковые приложения Google в России. Это стало возможным, в первую очередь, благодаря интеграции в сервис наших нейротехнологий — Нейробраузер мы запустили в феврале этого года.

Теперь о финансовых показателях. Поиск и портал — наш основной зарабатывающий бизнес — вырос на 26% год к году. Выручка составила почти 114 млрд рублей. Рост обусловлен развитием и повышением эффективности рекламных продуктов, в том числе благодаря внедрению ИИ-технологий, а также увеличением поисковой доли и расширением рекламного инвентаря, особенно на мобильных платформах.

Рентабельность нашего флагманского бизнеса Яндекса составила 51,3%. Динамика показателя отражает рост расходов на персонал, а также инвестиции в развитие продуктов и технологий, включая генеративные нейросети. Именно в этом сегменте наиболее активно развивается

искусственный интеллект, который уже под капотом многих наших ведущих экосистемных продуктов таких как Облако, Алиса и Финтех.

Следующий слайд.

Мы занимаем лидирующие позиции и определяем вектор развития цифрового рекламного рынка, и решающим фактором в этом является наше технологическое преимущество. Оно усиливается, в том числе за счет внедрения генеративных нейросетей. К примеру, как я говорил ранее, в этом квартале мы добавили ответы нашего сервиса Нейро в поисковую выдачу, которыми уже в первую неделю после запуска воспользовался каждый пятый пользователь.

Продолжающийся процесс появления новых удобных для пользователей форматов взамен ушедших нам безусловно тоже помогает. Так, например, мы активно развиваем поиск по видео. В 3 квартале общее время просмотров видео в Поиске выросло более чем на 20%.

Следующий слайд.

Также мы продолжаем работать над эффективностью наших продуктов, развиваем и углубляем отношения с нашими партнерами, создавая новые форматы и площадки для увеличения рекламного инвентаря на рынке.

Количество подключенных мобильных приложений к Рекламной сети Яндекса (РСЯ) увеличилось на 36% год к году, а рост выручки от рекламы в мобильных приложениях партнеров составил 67% год к году. Уже более 7 тысяч Телеграм-каналов являются партнёрами РСЯ.

В 3 квартале в рекламных продуктах Директа появилась возможность закупки рекламы в [Яндекс] Картах. Это ключевое обновление наших геосервисов привело к росту рекламной выручки Яндекс Карт и Навигатора на 82% год к году. Суммарная месячная аудитория уникальных пользователей геосервисов превысила 90 миллионов человек.

Мы продолжаем развивать технологии автоматизации, чтобы давать максимальную эффективность рекламодателям, что особенно важно для малого и среднего бизнеса, доля которого составляет более половины нашей выручки в этом сегменте. Буквально неделю назад прошла крупнейшая в России конференция по рекламным технологиям, где мы представили наши новейшие решения для повышения эффективности рекламы, такие как платформа для быстрого запуска ритейл-медиа на базе Adfox и цифровая наружная реклама от Яндекса на ПВЗ. Также мы работаем над запуском рекламной сети для блогеров.

Следующий слайд.

Выручка в сегменте Екома, Райдтеха и Доставки выросла на 37% год к году. Как я уже сообщил в самом начале нашей презентации, в соответствии с нашим обещанием улучшить прозрачность в этом квартале мы раскрыли показатель скорректированной EBITDA отдельно по сегментам. Цифры вы можете найти в пресс релизе.

В сегменте Райдтех во всех географиях его присутствия EBITDA выросла на 46% и превысила 20 млрд рублей, а по итогам 9 месяцев составила 58 млрд рублей с маржинальностью выше 5% от GMV.

Важно отметить, что мы активно утилизируем различные технологии и экспертизу нашей экосистемы. Одним из примеров применения внутригрупповой экспертизы стал наш фокус на развитие рекламной платформы на базе сервиса Яндекс Go. Так по итогам квартала рост рекламной выручки в Такси составил более 6 раз.

Что касается эффективности всего сегмента, она улучшается по всем направлениям, особенно хочу отметить прогресс в электронной коммерции, где рентабельность по показателю скорректированной EBITDA улучшилась на 4 п. п. по сравнению с прошлым годом. Это в полной мере отражает устойчивость наших ключевых рынков, растущий спрос на продукты Яндекса и наш постоянный фокус на операционной эффективности

Следующий слайд.

В Райдтехе мы являемся лидерами на наших ключевых рынках. Число активных пользователей супер-аппа Яндекс Go уже почти достигло 50 миллионов человек.

Благодаря нашим инвестициям в продукт и технологии, а также интеграции с собственными георешениями, наши сервисы стали значимой частью городской инфраструктуры общественного транспорта. Мы видим, что сервисы shared-mobility всё чаще дополняют сценарии общественного транспорта.

Мы продолжаем активно инвестировать в поддержку и дальнейшее развитие сервиса, привлечение водителей и помощь паркам для того, чтобы машина всегда приезжала к вам вовремя. В частности, инвестиции в бонусы для водителей такси увеличились год к году в процентах от GMV, в результате чего доходы партнеров в 3 квартале выросли на 28% относительно прошлого года.

Доля поездок в повышенных тарифах продолжает увеличиваться на фоне недостатка машин эконом-класса и по итогам сентября выросла на 5 п. п. по сравнению с прошлым годом.

Следующий слайд.

Товарооборот сервисов электронной коммерции (GMV) в 3 квартале 2024 года вырос на 51% год к году, в основном за счёт увеличения частоты заказов на пользователя, а также продолжающегося роста числа пользователей Фудтех-сервисов.

Среднегодовой рост рынка электронной коммерции в среднесрочной перспективе оценивается экспертами в 25—30%, при этом наиболее быстрый рост ожидается в категориях готовой еды и e-grocery, где мы традиционно является лидерами рынка.

Экономика каждого из бизнесов электронной коммерции существенно улучшилась в 3 квартале 2024 года, совокупно EBITDA улучшилась на 8% год к году, что привело к росту маржинальности на 4 п. п.

Следующий слайд.

В Маркете мы продолжаем фокусироваться на целевом миксе категорий. Одной из наших фокусных категорий является одежда и обувь, которая за год выросла более чем в два раза. А в октябре Яндекс Маркет запустил новое бизнес-направление Ultima с избранными товарами и премиальным сервисом. Здесь уже можно найти более 250 тысяч товаров как от хорошо известных марок, так и от нишевых брендов.

Мы продолжаем активно инвестировать в развитие бизнесов в регионах. Так, доля заказов Фудтех-сервисов — Лавка, Еда и Деливери — в регионах составляет 60%, а их GMV в регионах вырос на 69% к прошлому году.

Во всех бизнесах мы продолжили работать над эффективностью логистики.

В сентябре мы запустили единую рекламную платформу Еком-сервисов. Так по итогам квартала рекламная выручка выросла в 2,4 раза, а в Маркете — в 2,5 раза до 5,8% от GMV.

Следующий слайд.

В сегменте Доставка и прочие O2O-сервисы GMV увеличился на 60%. Традиционно основной вклад в GMV дают сервисы Яндекс Доставка и Заправки.

В Яндекс Доставке мы продолжаем развивать наши форматы: традиционный экспресс, на следующий день, в том числе через инфраструктуру ПВЗ Маркета, а также грузовую доставку. Этот бизнес является синергичным всему рынку электронной коммерции, в частности, нашим сервисам.

Следующий слайд.

Сегмент Плюс и развлекательные сервисы представляет собой нашу линейку контентных сервисов, которые являются основой программы лояльности Яндекс Плюс.

В 3 квартале количество пользователей выросло до 36 миллионов человек, а число платящих подписчиков выросло на 30% год к году. Этот рост, в совокупности с увеличением проникновения дополнительных опций к подписке, обеспечил рост выручки сервиса Плюс на 36% год к году.

Мы продолжаем инвестировать в развитие контента. При этом рентабельность скорректированного показателя EBITDA в 3 квартале 2024 года улучшилась до 6,4%. На динамику показателя год к году повлияли рост масштаба бизнеса при сохранении эффективности привлечения новых подписчиков.

Следующий слайд.

Согласно отчету GfK за 3 квартал 2024 года, Кинопоиск, Яндекс Музыка, Яндекс Афиша и Яндекс Плюс продолжают укреплять лидирующие позиции на своих рынках, во многом благодаря высокому качеству и разнообразию контента. Кинопоиск и Яндекс Музыка остаются лидерами на рынке в России как по общему числу подписчиков, так и по числу платящих клиентов.

На презентации нового сезона Кинопоиска этой осенью были анонсированы 10 сериалов-премьер, а также экранизация видеоигры Atomic Heart и запуск собственных видеоигр от Плюс Студии.

Мы продолжаем развивать кросс-сервисную синергию. Благодаря интеграции Яндекс Афиши с Яндекс Go и Яндекс Музыкой, теперь билеты можно приобрести прямо в приложениях этих сервисов.

В рамках работы над расширением подписки Яндекс Плюс, в 3 квартале в нее вошли две опции: Яндекс Книги (ранее известные как сервис «Букмейт») и «Больше кино».

Выручка в сегменте Сервисов объявлений выросла на 37% год к году. Это происходит на фоне продолжающегося укрепления рыночных позиций Яндекс Путешествий, расширения базы дилеров Авто.ру и росту уровня интеграции в их работу, росту сервиса Яндекс Недвижимость в категории новостроек.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA в 3 квартале 2024 года составила 6,5%. Компания продолжает инвестировать в долгосрочное развитие бизнесов.

Следующий слайд.

Мы активно инвестируем в наши перспективные направления развития, которые включают в себя такие фокусные для нас направления как B2B, Устройства, Финансовые сервисы, автономный транспорт и многое другое. Эти бизнесы важны нам с точки зрения развития новых рынков и дальнейшей диверсификации бизнеса. Как я сказал ранее, мы видим большой потенциал в нашем B2B-сегменте. На нашей конференции Yandex Scale мы представили наши продукты, например, Yandex BareMetal, Yandex Cloud Video и Yandex Cloud AI Studio, которые расширили портфель наших решений в сфере масштабируемой IT-инфраструктуры и офисной эффективности.

Из интересных запусков, хотелось бы отметить, что в октябре автономный грузовик Яндекса совершил первую доставку груза Яндекс Маркета из Москвы в Тулу. Это ещё один очень перспективный рынок для нас.

И это заключительный слайд нашей презентации. Здесь я возвращаю слово Алексею.

#### **Алексей (представитель Компании)**

Саша, спасибо за презентацию. Я передаю слово оператору, чтобы участники звонка смогли задать свои вопросы. Спасибо.