

МКПАО «Яндекс»

Финансовые результаты Яндекса за 3 квартал 2025 года

Транскрипт аудиозаписи звонка на русском языке

Оператор

Уважаемые дамы и господа! Мы рады приветствовать вас на звонке, посвященном финансовым результатам Яндекса за 3 квартал 2025 года. Прямая трансляция звонка также доступна через Телемост. Звонок записывается. Прошу обратить внимание: на экране будет транслироваться презентация компании. На этом передаю слово компании. Алексей, прошу вас.

Алексей (представитель Компании)

Добрый день! Мы рады приветствовать вас на онлайн-звонке, посвящённом финансовым результатам Яндекса за 3 квартал 2025 года. На звонке мы обсудим результаты прошедшего квартала, а также ответим на ваши вопросы. После звонка мы выложим на сайт компании транскрипт. Презентация доступна на нашем сайте для инвесторов.

Следующий слайд, пожалуйста.

Как обычно, важный дисклаймер: данная презентация содержит прогнозные заявления, которые включают риски и неопределенности. Фактические результаты могут значительно отличаться от прогнозируемых или подразумеваемых, и их не следует рассматривать в качестве показателя будущих результатов деятельности компании. Вся информация представлена по состоянию на 29 октября 2025 года (если не указано иное). МКПАО «ЯНДЕКС» не берет на себя обязательство обновлять эту информацию, если иное не предусмотрено законодательством.

Следующий слайд, и передаю слово Александрю.

Александр (представитель Компании)

Леша, спасибо!

Всем добрый день. Я рад приветствовать вас на нашем звонке по итогам 3 квартала.

Прежде всего, напомню, что из себя представляет компания Яндекс. Мы — крупнейшая в стране технологическая компания, которая делает жизнь десятков миллионов людей лучше с помощью технологий. Вы и ваши компании ежедневно пользуетесь нашими решениями в работе и жизни. Чтобы повысить прозрачность, сегодня мы представили новую сегментацию отчетности.

Следующий слайд.

Детальное описание и наполнение сегментов представлено в пресс-релизе. Оно позволит вам лучше понимать наши основные фокусы и оценивать их результаты. Хотя эти направления различаются по масштабу и стадии развития, их объединяют общие принципы. Между пользователями, бизнесами и партнёрами формируется сильный сетевой эффект, а продукты связаны единым, бесшовным пользовательским опытом. Всё это основано на глубокой

экспертизе Яндекса в создании востребованных сервисов и масштабируемых технологических решений. Такой подход позволяет нам создавать новые рынки и эффективно масштабироваться на них. Вместе с непрерывным фокусом на оптимизацию затрат, это позволяет улучшать возврат на наши инвестиции и создавать ресурсную базу для развития новых технологий, которые существенно расширяют горизонты нашего бизнеса в будущем. Этакое, *winning now, winning later*.

Следующий слайд, пожалуйста.

Наши результаты за 3 квартал — хорошее тому подтверждение. Выручка выросла на 32%, скорректированная EBITDA — на 43%. Мы сохраняем очень комфортные показатели долговой нагрузки. Кроме того, мы поднимаем прогноз по EBITDA с 250 млрд до 270 млрд рублей, при том, что мы инвестируем десятки миллиардов рублей в развитие новых технологий и продуктов на их основе уже сейчас.

Это — про *winning now*. Скажу пару слов про *winning later*.

Вчера мы представили нашу нейросеть Алису AI. Это лучшая чат-модель из доступных на российском рынке, и это проверено на реальном потоке запросов, которые пользователи задают в разные ИИ-ассистенты.

Алиса отвечает не просто текстом, а целыми мультимодальными ответами — с картинками, видео и полезной информацией из Яндекс Карт. В ближайшее время она станет вашим персональным ассистентом — будет помнить о ваших планах, напоминать о важном и выполнять поручения с помощью ИИ-агентов. Уже в первый день после запуска приложение Алиса AI возглавило топ бесплатных приложений в российском AppStore и вошло в тройку лидеров в Google Play. С момента анонса приложение скачали более полумиллиона — в 5 раз больше, чем обычно за сутки.

На прошлой неделе мы представили наши достижения и планы в области автономных технологий. Совокупный пробег наших беспилотных автомобилей уже превысил 35 миллионов километров. Мы активно движемся в сторону коммерциализации, прежде всего — внутри экосистемы Яндекса. Так, мы планируем увеличить флот до 20 тысяч роботов-доставщиков к концу 2027 года. Уже скоро мы запустим беспилотное такси не в тестовом, а в коммерческом режиме.

Прежде чем перейти к более подробному рассказу про бизнесы, обращаю ваше внимание на несколько моментов в отчетности.

Как мы много раз говорили, расходы по вознаграждениям на основе акций снижаются. Я очень рад, что некоторые аналитики провели собственные расчеты и получили близкие к реальным прогнозы затрат по этой статье.

Также хочу обратить внимание на количество акций в свободном обращении — сегодня это 379,8 миллионов [штук]. Пять кварталов назад я сказал, что это число будет прирастать в среднегодовом исчислении не более чем на 2% от количества акций, участвующих в сделке по реорганизации Яндекса. Спустя год мы примерно на том же месте. Иными словами, по делам их узнаете их.

И на этом переходим к результатам бизнесов. Следующий слайд.

В начале поговорим про Поисковые сервисы и ИИ. Следующий слайд.

Поисковые сервисы и ИИ — это сервисы, которые помогают более 100 миллионам пользователей находить нужную информацию, товары и услуги, а миллионам бизнесов — эффективно взаимодействовать со своей аудиторией. В их основе лежат поиск, тематические направления, такие как Авто, Путешествия и Недвижимость, а также экосистема умных устройств и нейросеть Алиса AI.

Благодаря сочетанию технологий и данных, Яндекс создает персонализированный и удобный пользовательский опыт, который повышает ценность платформы как для людей, так и для компаний. Используя собственные технологии, Яндекс обеспечивает пользователям быстрый и точный поиск ответов, а бизнесам — возможность точечно и эффективно продвигать свои продукты. Это создает взаимовыгодную экосистему, где интересы пользователей, организаций и рекламодателей усиливают друг друга, формируя устойчивую модель роста.

Выручка Поисковых сервисов и ИИ выросла на 9%, а рентабельность EBITDA за 3 квартал составила 45,5%. Динамика показателя в новой сегментации отражает наши инвестиции в создание и продвижение новых продуктов на базе Алисы. Удержание уровня рентабельности стало возможным благодаря активной работе по оптимизации фиксированных затрат.

Следующий слайд.

Наши ИИ-продукты в Поиске и Алисе упрощают пользователям решение их многочисленных повседневных задач, а бизнесам помогают эффективнее взаимодействовать с многомилионной аудиторией, как внутри, так и за пределами экосистемы Яндекса. Связанное с этим развитие рекламных, подписочных и транзакционных продуктов открывает дополнительные возможности монетизации.

Вчера мы представили будущее Алисы как единой точки в продвинутый ИИ Яндекса. Мы создали нейросеть нового поколения, способную не только генерировать тексты, но и выполнять сложные многошаговые задачи через ИИ-агентов — от анализа документов до бронирования услуг, устанавливая новый стандарт для ИИ-помощников.

Особенно хочу отметить два уникальных продукта, не имеющих аналогов в мире. Сервис Моя память — это первый персональный ИИ-архив, который самостоятельно структурирует ваши мысли: надо просто сказать Алисе, что сделать, и она создаст из ваших слов события, списки, заметки и напоминания и положит их в приложение.

А в продолжение к Моей памяти мы анонсировали первые в России носимые ИИ-устройства. Они позволяют в любой момент обращаться к своим мыслям и возможностям Алисы без использования смартфона, создавая бесшовную экосистему персонального ИИ.

Новая Алиса AI сделала огромный скачок в качестве: ее ответы стали умнее и полнее, она лучше отвечает на вопросы образовательной тематики — по русскому языку, литературе, математике и истории. Для этого мы разработали новую технологию тренировки на основе обучения с подкреплением. Это — одна из самых сложных задач, которую удалось решить только мировым лидерам в области больших языковых моделей.

Повторюсь еще раз — за первые сутки с момента анонса, количество скачиваний приложения превысило 500 тысяч. Это отличное начало, но масштабированию нового сервиса будут

помогать наши существующие поверхности — мобильные приложения, Яндекс Браузер и умные устройства. Наш фокус — это активное расширение аудитории, повышение частотности использования и дальнейшая монетизация сценариев, на которых будет строиться частотность.

Следующий слайд.

В нашем рекламном бизнесе, мы фокусируемся на расширении инвентаря для рекламодателей и развитии инструментов повышения эффективности. Наши решения для малого бизнеса упрощают создание лендингов для клиентов и существенно ускоряют создание рекламных материалов, что повышает спрос на нашу рекламную платформу.

Мы развиваем как ключевые, так и новые форматы рекламы. В результате совокупная рекламная выручка Яндекса выросла на 11% в 3 квартале и на 15% по итогам 9 месяцев. В абсолюте это 325 млрд рублей. Основным драйвером роста стало расширение инвентаря в Городских сервисах и развитие новых рекламных направлений — например, реклама на смарт-ТВ, в Телеграмме и ритейл-медиа. За 3 квартал мы фиксируем рост рекламодателей в таких сегментах почти в три раза.

Хочу отметить, что динамика сегмента продолжает отражать общее состояние экономики. Мы видим точечное восстановление рекламных бюджетов в отдельных отраслях — например, в финансовом секторе они выросли на 7% по сравнению с предыдущим кварталом. Число поисковых сессий в темах Финансов, Недвижимости, Медицины и Товаров увеличилось на 14% год к году. Тем не менее, хочу сказать, что еще очень рано говорить о развороте рынка.

Следующий слайд, пожалуйста.

Переходим к Городским сервисам. Ресегментация фактически их не коснулась, за исключением переноса Яндекс Роботикс в сегмент Автономные Технологии.

Наши Городские сервисы — это про ежедневные дела в городе: как добраться из точки А в точку Б, что поесть на ужин или как быстро отправить посылку. Десятки миллионов людей решают эти задачи каждый день с помощью наших сервисов. Для них мы стали такой же частью городской жизни, как метро или магазин у дома. А для нас это надежная основа для роста и возможность занимать всё больше места в решении ежедневных задач людей.

Всё это работает на нашей платформе, которая соединяет пользователей с водителями, курьерами, ресторанами и магазинами. Технологии маркетплейса, логистическая инфраструктура и простой интерфейс помогают нам предлагать пользователям удобный доступ к широкому ассортименту и высокую скорость предоставления услуг. Пользователи привыкают к этому уровню сервиса, а партнеры видят рост доходов. Получается такой сетевой эффект, когда все участники экосистемы выигрывают, и это открывает для нас серьёзные возможности для улучшения рентабельности в сфере транспорта, доставки и e-commerce.

Мы развиваем именно те направления, где технологии и ежедневные потребности людей создают максимальный потенциал. Среди наших приоритетов — интеграция общественного транспорта и междугородних поездок в сценарии передвижения, развитие подписочной модели, расширение франшиз для локального бизнеса и рост e-commerce на базе Фудтеха. Такой подход позволяет нам быстро масштабировать успешные продукты, усиливать синергию внутри экосистемы и сохранять лидерство на рынке цифровых сервисов для города.

Начиная с этого квартала мы переходим на показатель GTV [Gross Transaction Value] (валовый оборот) для всех наших сервисов. Он лучше отражает объем нашего бизнеса поскольку включает в себя всю сумму, уплачиваемую клиентом за услуги, включая стоимость доставки и другие сборы.

Выручка Городских сервисов в 3 квартале выросла на 36%, так же как и кварталом ранее. При этом скорректированный показатель EBITDA вырос почти в 4,5 раза, что отражает наши усилия по оптимизации как переменных, так и постоянных затрат.

Несколько слов о масштабе нашего бизнеса. Совокупное количество активных пользователей Городских сервисов превысило 58 миллионов человек в месяц, что на 18% больше, чем годом ранее. Совокупный оборот Городских сервисов Яндекса за 9 месяцев превысил 1,5 трлн рублей и составляет 1,2% от ВВП в России.

Наш суперапп Яндекс Go — настоящая операционная система для комфортной жизни в городе.

Рекламная платформа Городских сервисов принесла 15 млрд рублей в 3 квартале и более 40 млрд [рублей] за 9 месяцев, что на 78% выше аналогичного показателя прошлого года. Это очень хороший темп роста, отражающий наш экосистемный подход к рекламному рынку.

Основная часть бизнесов Городских сервисов построена на asset-light модели, что позволяет эффективно масштабировать операции. Мы активно развиваем франчайзинг, объединяя усилия с сильными местными игроками.

Следующий слайд.

Наш Райдтех продолжает расти высокими темпами. В 3 квартале рост выручки составил 24%, при этом доходы партнеров Такси превысили 1 трлн рублей за 9 месяцев. Наша платформа демонстрирует эффективность масштабирования.

Рост также ускорился за счет развития шеринговых сервисов — Драйв, Самокаты и Бери Заряд — а также развития междугородних перевозок. В шеринге новой формой монетизации стало развитие подписочной модели, что увеличивает частотность пользования сервисом.

Мы активно развиваем мультимодальность — возможность выбрать любой подходящий маршрут, исходя из времени и стоимости поездки. Это дает бесшовный опыт использования любого типа транспорта, что делает наши технологии еще доступнее, расширяет пользовательскую базу и наши рынки присутствия. Так, например, оборот рынка общественного транспорта оценивается в 1 трлн рублей. Уже сейчас вертикалью общественный транспорт в приложении [Яндекс] Go пользуется 10 миллионов человек в месяц.

Маржинальность Райдтекса выросла за год на 1,5 п. п. и составила 6,8% от [валового] оборота. Во многом это результат нашего фокуса его операционной эффективности, что обеспечивает возврат на инвестиции и дает нам возможность реализовывать новые амбициозные проекты.

Повторюсь — уже скоро в Москве мы запустим беспилотное такси. Наши команды Райдтекса и Автономного транспорта работают в плотной связке для того, чтобы по городу поехали сотни беспилотных такси.

Следующий слайд.

В Электронной коммерции мы продолжаем улучшать юнит-экономику и оптимизировать расходы, что привело к значительному улучшению рентабельности сегмента. В 3 квартале здесь наименьший убыток за долгое время.

Рост выручки Екома составил 46%. Агрессивный ценовой демпинг со стороны крупнейших маркетплейсов искажает конкурентную среду и влияет на рыночную динамику на фоне снижения потребительской активности.

Лавка продолжает расти в регионах: за 9 месяцев 2025 года мы открылись в 8 новых городах. Выручка растет на уровне 40% год-к-году. При этом мы трансформируемся в более asset-light бизнес и планируем, что 10% дарксторов будут работать по франшизе к концу этого года, а к концу следующего — это уже будет 20%.

Более 80% всех дарксторов будут оборудованы кухнями, что повысит частотность заказов. Лавка уже появилась как отдельный ресторан в приложении Яндекс Еды, которая продолжает развивать сценарии околосоциальной электронной коммерции на базе нашего Фудтеха.

Мы развиваем категории Цветы и Аптеки, что увеличивает потенциал наших рынков. По оценкам экспертов, совокупный объем рынка цветов приближается к 0,5 трлн рублей, а проникновения онлайн-услуг в нем к 2030 году увеличится в два раза. Мы также видим значимый потенциал в доставке товаров из Аптек.

На наш взгляд, это два высокомаржинальных направления с большим долгосрочным потенциалом.

Следующий слайд.

Бизнес Доставки развивается как экосистемный сервис для транзакционных бизнесов Яндекса и масштабирует свои решения для внешних клиентов, которым мы предлагаем экспресс-доставку и Next-Day Delivery (NDD), доступные, в том числе, как грузовые перевозки, включая межгород.

Недавно Доставка запустила новый продукт Помощник — сервис поручений. Он повышает загрузку, а значит и заработка курьеров и растит конверсию пользователей в Доставку из приложения [Яндекс] Go.

В NDD мы развиваем партнёрство с 5Post в сфере авиаперевозок и завершаем интеграцию с Boxberry. Это позволило расширить географию нашего сервиса на 14 новых регионов России. Сегодня он доступен уже в 80 регионах. По модели NDD с нами сотрудничают девять тысяч корпоративных партнеров.

Следующий слайд.

Персональные сервисы объединяют продукты, сопровождающие пользователей в повседневных сценариях — от отдыха и развлечений до покупок и финансовых операций. Они формируют единое пространство взаимодействия с сервисами как внутри компании, так и за ее пределами, повышая вовлечённость, частотность использования и создавая новые точки входа для привлечения пользователей.

Масштаб подписочной аудитории, технологическая интеграция с другими направлениями Яндекса и разнообразие реализованных пользовательских сценариев обеспечивают сегмент выраженным рычагом роста для новых направлений за пределами развлечений.

В основе продукта лежит подписка Яндекс Плюс, объединяющая широкий набор развлекательных цифровых сервисов. Ее дополняют транзакционные решения, которые упрощают повседневные платежи и операции как для пользователей, так и для партнеров. Совместное развитие подписочных и финансовых сервисов на базе программы лояльности Свои Плюсы усиливает экономику всей платформы: использование одного продукта повышает ценность других, а общая инфраструктура позволяет эффективно масштабировать бизнес как внутри компании, так и за ее пределами.

На следующих слайдах мы более детально рассмотрим наши бизнесы в этом блоке.

Следующий слайд.

Плюс и развлекательные сервисы, или Фантех, как мы его называем — это бизнес нового типа, в основе которого цифровые платформы с широким выбором развлекательных сценариев: просмотром фильмов, сериалов, спортивных трансляций, прослушиванием музыки, чтением книг, специальными условиями покупками билетов на концерты, спортивные мероприятия и другие события.

Число подписчиков Яндекс Плюса за год выросло на 25% до 45 миллионов. Также растет пользование сервисами в подписке: в частности, MAU Яндекс Музыки и Кинопоиска выросло за год почти на треть. Работа по персонализации помогает повышать частотность использования и расширяет базу подписчиков. В результате, нам нужно меньше тратить на привлечение и удержание пользователей, а значит — больше инвестировать в качество нашего контента и продуктов.

Как результат, выручка в 3 квартале выросла на 32%, а рентабельность EBITDA составила 11,3%, существенно выше, чем год назад. При этом, подписочная выручка за 9 месяцев выросла на 49% до 65 млрд рублей.

Следующий слайд.

В этом квартале мы впервые раскрываем финансовые показатели Финтех. Это самый быстрорастущий бизнес Яндекса с почти трехкратным ростом выручки до 23,6 млрд рублей. А общий оборот бизнеса (GMV) вырос в 1,8 раз год к году.

Стратегия финансовых сервисов Яндекса заключается в создании универсального и надежного финансово-платежного сервиса, естественно интегрированного в повседневную жизнь пользователей. Мы предлагаем пользователям решения для удобных и выгодных платежей и управления финансами, а партнерам — новые возможности для роста, монетизации и масштабирования их бизнеса. Клиенты уверены в наших продуктах — объем средств наших пользователей вырос в 3,6 раза за год до 196 млрд рублей. А число активных пользователей год к году выросло в 1,6 раза.

Отдельный фокус — это масштабирование за пределами экосистемы Яндекса. Внешний оборот за год вырос в 2,4 раза, и уже практически занимает половину от общего GMV финансовых сервисов.

Следующий слайд.

Направление Б2Б Тех — это все наши решения для бизнеса, которые мы создали на базе собственных технологий, мощной инфраструктуры и многолетнего опыта в построении сложных IT-систем. Мы помогаем компаниям управлять их IT-инфраструктурой, данными и коммуникациями, а также внедрять ИИ для повышения эффективности и ускорения цифровой трансформации.

Мы работаем с клиентами любого масштаба — от стартапов до крупнейших компаний — и предлагаем решения полного цикла: инфраструктуру, ИИ, безопасность, работу с данными, инструменты разработки, а также индивидуальные внедрения «под ключ» на стороне клиента. Благодаря нашему опыту в создании массовых продуктов, мы гарантируем стабильность, удобство и гибкость наших решений.

Одним из ключевых драйверов роста в Б2Б стал искусственный интеллект. Мы развиваем платформу для создания ИИ-приложений и агентов, внедряем интеллектуальные инструменты в бизнес-процессы компаний и усиливаем направления в сфере информационной безопасности. Решения на основе ИИ уже принесли 1,5 млрд рублей выручки с начала года. Мы видим большой потенциал масштабирования этого сегмента.

В 3 квартале 2025 года выручка Б2Б увеличилась на 47% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Также хочу отметить устойчивую прибыльность этого бизнеса.

Следующий слайд.

Ключевое преимущество нашего Автономного транспорта — интеграция с крупнейшим в России бизнесом такси и доставки. Это дает нам уникальную возможность тестировать и совершенствовать технологии в реальных условиях, что ускоряет их коммерциализацию и снижает барьеры для внедрения у партнеров.

Кроме того, мы создаем технологии, которые отвечают на долгосрочные вызовы рынка — например, компенсируют дефицит кадров в логистике и перевозках. Опираясь на наш опыт в создании умных устройств, мы превращаем передовые разработки в практические решения для автоматизации транспорта и промышленности, открывая путь к следующему этапу технологического развития.

На прошлой неделе мы провели большую презентацию наших разработок и планов в этом направлении. Яндекс уверенно удерживает позицию одного из мировых лидеров в области автономных технологий.

Параллельно мы активно масштабируем направление роботов-доставщиков. Мы планируем увеличить флот до 20 тысяч роботов к концу 2027 года. При этом мы не только снижаем стоимость владения роботами, но и тестируем новые модели монетизации.

Важным преимуществом является глубокая интеграция наших автономных решений в экосистему Яндекса. Роботы-доставщики уже работают в связке с Яндекс Едой и Яндекс Лавкой, а до конца 2026 года мы выведем на дороги более 200 беспилотных автомобилей, которые будут работать в Яндекс Такси. Это создает сильный синергетический эффект и ускоряет коммерциализацию наших автономных технологий.

В направлении Роботикс мы уделяем особое внимание созданию универсальной платформы управления различными роботами.

Мы сделали важный шаг в автоматизации ритейла и запустили первый роботизированный даркстор для Яндекс Лавки. Это ускорило сборку заказов более чем на 30%, увеличило плотность хранения на 15% и уже сейчас с помощью этой технологии обрабатывает 40% ассортимента.

Мы считаем, что экономический потенциал автономного транспорта огромен. Для Яндекса развитие автономного транспорта — важная часть инвестиций в ИИ. Развитие автономных технологий и их масштабирование требует существенных инвестиций сегодня, которые вы уже видите в нашей отчетности.

Следующий слайд.

Я не буду долго останавливаться на блоке Прочие сервисы и инициативы. Скажу, здесь, как и в бизнесах, вы можете видеть результаты нашей работы по оптимизации фиксированных затрат.

Сюда также входят образовательные проекты Яндекса — мы продолжаем инвестировать в доступность качественного IT-образования для всех возрастов: для школьников — это Яндекс Учебник и Яндекс Лицей, для студентов — программы высшего образования и знаменитая Школа анализа данных, а для взрослых, которые осваивают новые профессии, — Яндекс Практикум.

Следующий слайд.

В заключение еще раз хочу подчеркнуть следующее. Мы строим бизнесы с высоким сетевым эффектом, создавая новые рынки. В основе этого лежит наше желание делать жизнь людей лучше с помощью наших технологий. Развитие Алисы AI — новая веха в развитии компании. Перед нами стоят задачи активного расширения аудитории, повышения частотности использования и дальнейшая монетизация технологий искусственного интеллекта. Также мы переходим к коммерческому внедрению автономных технологий, опираясь на масштаб нашей экосистемы.

EBITDA Группы выросла на 43% в квартале, и мы повысили прогноз по году. Постоянный фокус на эффективности операций и фиксированных затратах дает не только сильные результаты сегодня, но и создают ресурсы для будущих прорывов.

Большое спасибо за внимание, и я передаю на этом слово оператору.