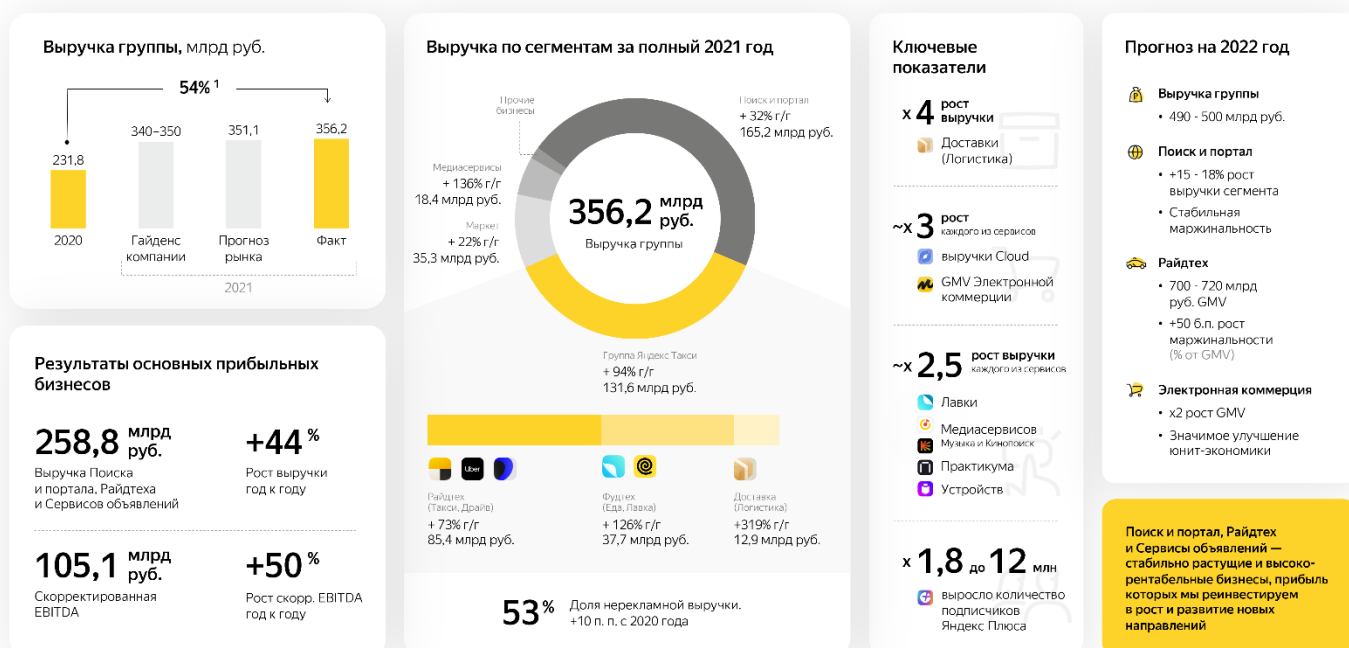


Яндекс объявляет финансовые результаты за IV квартал 2021 года и 2021 год

Москва — Амстердам, 15 февраля 2022 года. Яндекс (NASDAQ и MOEX: YNDX), крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал, объявляет неаудированные финансовые результаты за четвёртый квартал 2021 года и 2021 год.

Финансовые результаты 2021 года



¹ Результаты группы указаны на сопоставимой основе (like-for-like), с учётом результатов Яндекс Маркета за 2020 год. Рост выручки на консолидированной основе равен 63%.

Ключевые финансовые и операционные показатели за IV квартал 2021 года и 2021 год^{1,2}

В миллионах рублей	Результаты группы компаний на сопоставимой основе (like-for-like) с учётом результатов	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
		2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
		Общая выручка	71 599	110 328	54%	231 825	356 171
Выручка от продажи интернет-рекламы	38 402	48 431	26%	130 987	166 618	27%	
Выручка от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам	32 486	41 269	27%	110 609	140 949	27%	
Скорректированный показатель EBITDA	13 768	9 720	-29%	45 176	32 143	-29%	

Яндекс.Маркета за 2020 год	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %</i>	19,2%	8,8%	-10,4 п.п.	19,5%	9,0%	-10,5 п.п.
	Чистая прибыль/(убыток)	(95)	(2 861)	н/прим.	20 309	(14 653)	н/прим.
	Скорректированная чистая прибыль	5 846	2 645	-55%	17 963	8 005	-55%
Поиск и портал	<i>Доля компании на российском поисковом рынке, %</i>	59,7%	60,2%	0,5 п.п.	59,2%	59,8%	0,6 п.п.
	<i>Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %</i>	58,6%	59,2%	0,6 п.п.	57,6%	59,2%	1,6 п.п.
	<i>Доля поисковых запросов на устройствах на базе iOS, %</i>	41,6%	44,0%	2,4 п.п.	41,8%	42,8%	1,0 п.п.
	Выручка	36 648	47 955	31%	124 810	165 235	32%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	30 386	40 023	32%	102 883	136 276	32%
	Скорректированный показатель EBITDA	18 132	23 485	30%	60 719	79 579	31%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %</i>	49,5%	49,0%	-0,5 п.п.	48,6%	48,2%	-0,4 п.п.
	Выручка	22 251	42 878	93%	67 955	131 571	94%
	Рост числа поездок сервиса онлайн-заказа такси год к году, %	17,0%	48,0%	31 п.п.	18,0%	50,0%	32 п.п.
Такси (MLU) ³	Общая валовая стоимость поездок сервиса онлайн-заказа такси (GMV) ⁴	100 999	170 750	69%	327 442	574 052	75%
	Общая валовая стоимость заказов сервисов фудтех-направления	12 913	26 446	105%	37 147	80 101	116%
	Общая валовая стоимость заказов сервиса логистики ⁵	4 165	11 296	171%	8 578	29 456	243%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	1 767	5 441	208%	3 437	11 972	248%
	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA сервиса онлайн-заказа такси в % от GMV</i>	3,2%	4,4%	1,2 п.п.	3,0%	3,9%	0,9 п.п.

Яндекс.Маркет	Товaroоборот (GMV) ⁶ на сервисах электронной коммерции	20 154	58 769	192%	55 861	160 444	187%
	Товaroоборот (GMV) на маркетплейсе	14 692	46 208	215%	43 612	122 188	180%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	(3 036)	(12 372)	н/прим.	(8 293)	(40 451)	н/прим.
Медиасервисы	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	6,7	12,0	79%	6,7	12,0	79%
Дзен	Ежедневная аудитория, млн	20,3	22,3	10%	20,3	22,3	10%
	Время просмотра видео в % от общего времени, проведённого на сервисе	23,0%	37,0%	14,0 п.п.	23,0%	37,0%	14,0 п.п.

Финансовый прогноз

Мы ожидаем, что общая выручка группы компаний Яндекса составит 490–500 миллиардов рублей за полный 2022 год.

Рост выручки Поиска и портала в рублях ожидается на уровне 15–18% (mid-to-high teens) за полный 2022 год по сравнению с 2021 годом. Мы рассчитываем, что рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) Поиска и портала за полный 2022 год останется стабильной по отношению к уровню 2021 года.

По нашим оценкам, общая валовая стоимость поездок (GMV) в райдтех-сегменте составит 700–720 миллиардов рублей за полный 2022 год, то есть мы увидим ускорение по нормализованному за два года показателю роста (позволяет сгладить влияние пандемии). Мы ожидаем, что рентабельность скорректированного показателя EBITDA сервиса онлайн-заказа такси увеличится, и это увеличение составит до 50 базисных пунктов в процентах от GMV по сравнению с 2021 годом.

Мы ожидаем, что товарооборот (GMV) на сервисах электронной коммерции (включая маркетплейс Яндекс.Маркета, сервис доставки продуктов Яндекс.Лавка, а также товары повседневного спроса, заказанные из магазинов-партнёров через сервис Яндекс.Еда) в 2022 году увеличится в два раза по сравнению с 2021 годом.

Наш прогноз отражает текущую оценку, основанную на тенденциях, наблюдаемых на протяжении 2021 года. Он может измениться в зависимости от ситуации на рынке, в том числе под влиянием экономических и иных возможных последствий пандемии коронавируса.

Корпоративная деятельность и события после отчётной даты

- 6 декабря 2021 года Яндекс объявил о том, что Аркадий Волож и его семейный траст не будут продавать принадлежащие им акции класса В до 31 декабря 2023 года.
- 21 декабря 2021 года Яндекс объявил о завершении реструктуризации совместного предприятия с компанией Uber — MLU B.V. После закрытия сделки Яндексу принадлежит 100% сервисов Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка и Яндекс.Доставка (Логистика), а также примерно 71% недавно реструктурированного бизнеса MLU B.V. (куда после реструктуризации входят сервисы райдтех-сегмента: Яндекс.Такси и Яндекс.Драйв). В результате первого этапа реструктуризации, который завершился в сентябре 2021 года, Яндекс также приобрел всю долю компании Uber в Self Driving Group — 18,2% и в теперь владеет 100% этого бизнеса. Стоимость всей сделки составила 1 миллиард долларов, который был выплачен из собственных средств компании.
- В рамках текущей программы обратного выкупа акций в четвёртом квартале 2021 года Яндекс выкупил на открытом рынке 645 191 акцию класса А на общую сумму 50,1 миллиона долларов. Эти акции будут использоваться компанией для программы поощрения сотрудников.
- В декабре 2021 года и январе 2022 года Яндексу присвоены три высоких кредитных рейтинга: инвестиционный уровень BBB со стабильным прогнозом агентства Fitch, BBB- со стабильным прогнозом агентства S&P Global Ratings, а также AA+(RU) со стабильным прогнозом агентства АКРА.
- 21 января 2022 года Яндекс заключил мировое соглашение с Федеральной антимонопольной службой России (ФАС) и консорциумом российских интернет-компаний в связи с антимонопольным иском по поводу обогащённых ответов в результатах поиска. Мировое соглашение подтверждает, что все требования, изложенные в предупреждении компании, были выполнены. По условиям соглашения Яндекс берёт на себя определённые дополнительные обязательства по поддержке конкуренции, а дело прекращается без каких-либо штрафов. Ожидается формальное прекращение рассмотрения дела со стороны ФАС.

Консолидированные результаты

Обзор ключевых **консолидированных финансовых показателей** за три и двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 и 2021 годов, с учётом финансовых результатов Яндекс.Маркета с 24 июля 2020 года (дата консолидации).

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	71 599	110 328	54%	218 344	356 171	63%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	65 683	103 166	57%	198 398	330 502	67%
Операционная прибыль/(убыток)	4 108	(2 603)	н/прим.	15 671	(13 277)	н/прим.
Скорректированный показатель EBITDA	13 768	9 720	-29%	49 348	32 143	-35%

Чистая прибыль/(убыток)	(95)	(2 861)	<i>н/прим.</i>	23 350	(14 653)	<i>н/прим.</i>
Скорректированная чистая прибыль	5 846	2 645	-55%	20 398	8 005	-61%

Обзор ключевых **финансовых показателей с учётом Яндекс.Маркета** на сопоставимой основе (like-for-like) за двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 и 2021 годов.

В миллионах рублей	Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение
Выручка	231 825	356 171	54%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	211 447	330 502	56%
Операционная прибыль/(убыток)	9 542	(13 277)	<i>н/прим.</i>
Скорректированный показатель EBITDA	45 176	32 143	-29%
Чистая прибыль/(убыток)	20 309	(14 653)	<i>н/прим.</i>
Скорректированная чистая прибыль	17 963	8 005	-55%

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

Остаток денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов на 31 декабря 2021 года:

- 102,7 миллиарда рублей (1 382,3 миллиона долларов США) на консолидированной основе.
- В декабре 2021 года Яндекс выплатил 14,9 миллиарда рублей* (200 миллионов долларов США) из собственных средств — оставшуюся часть стоимости сделки после завершения реструктуризации совместного предприятия с компанией Uber.

* по курсу обмена валют на дату платежа.

Обзор выручки по сегментам

Поиск и портал

Сегмент Поиска и портала включает Поиск, Геосервисы, Яндекс 360, Погоду, Новости, Путешествия, голосового помощника Алису и ряд других сервисов Яндекса в России, Беларуси и Казахстане.

Ключевые операционные показатели:

- **Доля компании на российском поисковом рынке** (включая поиск на мобильных устройствах) в четвёртом квартале 2021 года составила в среднем 60,2%. В четвёртом квартале 2020 года она составляла 59,7%, а в третьем квартале 2021 года — 59,3% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).

- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** в четвертом квартале 2021 года составила 59,2%, тогда как в четвертом квартале 2020 года она составляла 58,6%, а в третьем квартале 2021 года — 58,9% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе iOS** в четвертом квартале 2021 года составила 44,0%, тогда как в четвертом квартале 2020 года она составляла 41,6%, а в третьем квартале 2021 года — 42,8% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** в четвертом квартале 2021 года составила 64,4% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 57,4% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска в четвертом квартале 2021 года.
- **Количество поисковых запросов (search queries)** выросло на 7% по сравнению с аналогичным показателем за четвертый квартал 2020 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	36 648	47 955	31%	124 810	165 235	32%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	30 386	40 023	32%	102 883	136 276	32%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	18 132	23 485	30%	60 719	79 579	31%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	49,5%	49,0%	-0,5 п.п.	48,6%	48,2%	-0,4 п.п.

В четвертом квартале 2021 года выручка в сегменте Поиска и портала выросла на 31%, а выручка за вычетом вознаграждения партнёрам — на 32% по сравнению с аналогичными показателями год назад.

Нормализованный за два года показатель роста выручки, который мы приводим, чтобы дать более реалистичное представление результатов и выровнять искажения, связанные с последствиями пандемии, в четвертом квартале 2021 года составил 18%. Этот рост связан в первую очередь с хорошими результатами нашего основного бизнеса — Поиска (благодаря развитию продукта и увеличению доли компании на поисковом рынке), а также с ростом доходов от продажи рекламы на сайтах-партнёрах Рекламной сети Яндекса на фоне восстановления экономики и с нашими инвестициями в развитие рекламных продуктов, инструментов и технологий.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) в четвертом квартале 2021 года составила 49,0%, тогда как в четвертом квартале 2020 года этот показатель составлял 49,5%. Такая динамика связана в основном с инвестициями в рекламные технологии (включая повышение эффективности

стратегий конверсии и упрощение решений для малого и среднего бизнеса), а также с затратами на продуктовый и перформанс-маркетинг для поддержки роста поисковой доли на iOS.

Такси (MLU)

Сегмент Такси включает райдтех-сервисы: сервис онлайн-заказа такси (Яндекс.Такси в России и 19 странах СНГ, Европы, Ближнего Востока и Африки, а также Uber в России и СНГ) для физических и юридических лиц и каршеринг Яндекс.Драйв; фудтех-направление (сервис доставки продуктов из магазинов и заказов из ресторанов Яндекс.Еда, а также гиперлокальный сервис доставки продуктов Яндекс.Лавка); Яндекс.Доставку — сервис логистики на этапе «последней мили» (финальный отрезок доставки до клиента) для физических и юридических лиц.

Ключевые операционные показатели:

- **Число поездок сервиса Такси** увеличилось на 48% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2020 года.
- **Количество даркстортов Яндекс.Лавки** на конец декабря 2021 года достигло 404.
-

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):						
Райдтех	104 082	174 729	68%	337 863	588 846	74%
Такси	100 999	170 750	69%	327 442	574 052	75%
Яндекс.Драйв	3 083	3 979	29%	10 421	14 794	42%
Яндекс.Доставка	4 165	11 296	171%	8 578	29 456	243%
Фудтех	12 913	26 446	105%	37 147	80 101	116%
Общая валовая стоимость заказов (GMV)	121 160	212 471	75%	383 588	698 403	82%
Выручка:						
Райдтех	14 828	26 722	80%	49 244	85 391	73%
Такси	12 304	23 366	90%	40 719	73 024	79%
Яндекс.Драйв	2 524	3 356	33%	8 525	12 367	45%
Яндекс.Доставка	1 539	5 294	244%	3 083	12 912	319%
Фудтех	6 371	12 621	98%	16 663	37 652	126%
Внутрисегментные расчёты	(487)	(1 759)	261%	(1 035)	(4 384)	324%
Общая выручка	22 251	42 878	93%	67 955	131 571	94%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						
Райдтех	3 339	7 939	138%	8 115	23 465	189%
Такси	3 247	7 511	131%	9 892	22 266	125%

Яндекс.Драйв	92	428	365%	(1 777)	1 199	<i>н/прим.</i>
Яндекс.Доставка	(429)	(54)	-87%	(837)	(902)	8%
Фудтех	(1 143)	(2 444)	114%	(3 841)	(10 591)	176%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	1 767	5 441	208%	3 437	11 972	248%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA в % от GMV:						
Райдтех	3,2%	4,5%	1,3 п.п.	2,4%	4,0%	1,6 п.п.
Такси	3,2%	4,4%	1,2 п.п.	3,0%	3,9%	0,9 п.п.
Яндекс.Драйв	3,0%	10,8%	7,8 п.п.	-17,1%	8,1%	25,2 п.п.
Яндекс.Доставка	-10,3%	-0,5%	9,8 п.п.	-9,8%	-3,1%	6,7 п.п.
Фудтех	-8,9%	-9,2%	-0,3 п.п.	-10,3%	-13,2%	-2,9 п.п.
Общая рентабельность скорректированного показателя EBITDA в % от GMV	1,5%	2,6%	1,1 п.п.	0,9%	1,7%	0,8 п.п.

Выручка в сегменте Такси выросла на 93% в основном за счёт результатов сервиса онлайн-заказа такси (включая услуги для B2B-клиентов) и Яндекс.Лавки, а также в связи с ростом Яндекс.Доставки и Яндекс.Еды. Рост выручки сервиса онлайн-заказа такси на 90% и Яндекс.Драйва на 33% был обусловлен увеличением числа поездок и ускорением темпов роста общей валовой стоимости заказов (на фоне продолжающегося дефицита водителей, а также сезонного увеличения коэффициента стоимости поездок в связи с погодой). Выручка Яндекс.Доставки в четвёртом квартале увеличилась на 244% по сравнению с аналогичным показателем год назад и росла ещё быстрее, чем в четвёртом квартале 2020 года благодаря повышению спроса на услуги доставки «последней мили». Выручка фудтех-направления в четвёртом квартале 2021 года выросла на 98% по сравнению с аналогичным показателем год назад. Этот рост в основном вызван развитием сервиса гиперлокальной доставки продуктов Яндекс.Лавка, обусловленным повышением спроса и открытием новых дарксторов. На рост выручки также повлияли хорошие результаты сегмента доставки продуктов из магазинов в Яндекс.Еде. В общей валовой стоимости заказов (GMV), доставленных сервисом, в четвёртом квартале 2021 года доля таких заказов составила 26%. Нормализованный рост выручки в сегменте Такси составил 48% по сравнению с четвёртым кварталом 2019 года, Яндекс.Драйва — 15%, фудтех-направления — 216% (включая нормализованный рост выручки Яндекс.Еды, который составил 128%).

Внутрисегментные расчёты выручки в сегменте Такси представляют собой элиминируемые обороты выручки внутри сервисов и направлений группы компаний Яндекс.Такси. Рост внутрисегментных расчётов в четвёртом квартале 2021 года на 261% по сравнению с аналогичным показателем в четвёртом квартале 2020 года связан в основном с увеличением числа заказов в сервисах фудтех-направления, которые выполнялись с помощью Яндекс.Доставки.

Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Такси в четвёртом квартале 2021 года составил 5 441 миллион рублей, тогда как в четвёртом квартале 2020 года он составлял 1 767 миллионов рублей. Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) направления райдтех-сервисов в четвёртом квартале 2021 года вырос на 138% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составил 7 939

миллионов рублей. Это позволило инвестировать в стремительно растущие сервисы Яндекс.Лавка и Яндекс.Еда (в частности, в развитие сервиса доставки заказов из сетевых продуктовых магазинов), а также в развитие логистического направления (включая инвестиции в увеличение числа курьеров и водителей, подключённых к платформе Яндекс.Доставки).

Яндекс.Маркет

Сегмент Яндекс.Маркета включает маркетплейс и несколько небольших экспериментальных направлений.

Ключевые операционные показатели:

- **Товарооборот (GMV) на сервисах электронной коммерции** — маркетплейс Яндекс.Маркета, сервис экспресс-доставки продуктов Яндекс.Лавка и товары повседневного спроса, заказанные из магазинов-партнёров через сервис Яндекс.Еда, — в четвёртом квартале 2021 года вырос на 192% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал прошлого года.
- **Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов на Яндекс.Маркете** в четвёртом квартале 2021 года достигла 82%, тогда как в четвёртом квартале 2020 года этот показатель составлял 63%.
- **Количество наименований товаров на Яндекс.Маркете** к концу четвёртого квартала 2021 года составило 22,6 миллиона, тогда как в конце третьего квартала 2021 года оно составляло 20,9 миллиона, а в конце четвёртого квартала 2020 года — 2,0 миллиона. На конец января 2022 года этот показатель достиг 25,2 миллиона.
- **Количество активных покупателей**⁷ на Яндекс.Маркете в четвёртом квартале 2021 года выросло на 96% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 9,8 миллиона на конец квартала.
- **Количество активных продавцов**⁸ на Яндекс.Маркете в четвёртом квартале 2021 года выросло на 214% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 23 900 на конец квартала.

Финансовые результаты Яндекс.Маркета на сопоставимой основе (like-for-like) представляют собой отдельные финансовые результаты этого сегмента за полные три и двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 и 2021 годов:

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020 *	2021	Изменение	2020 *	2021	Изменение
Товарооборот на Яндекс.Маркете (GMV)	14 692	46 208	215%	43 612	122 188	180%
Выручка	8 659	10 454	21%	28 831	35 288	22%
Выручка от продажи товаров (1P)	4 447	7 021	58%	15 307	24 319	59%

Комиссионные и другие доходы маркетплейса (ЗР)	1 557	2 638	69%	4 592	6 220	35%
Рекламные доходы (cost-per-click) ⁹	2 655	795	-70%	8 932	4 749	-47%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(3 036)	(12 372)	н/прим.	(8 293)	(40 451)	н/прим.
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-35,1%	-118,3%	-83,2 п.п.	-28,8%	-114,6%	-85,8 п.п.

* Финансовые результаты Яндекс.Маркета за три и двенадцать месяцев, закончившихся 31 декабря 2020 года, учитываются в консолидированных финансовых результатах Яндекса начиная с 24 июля 2020 года. Доля Яндекс.Маркета, которая принадлежала Яндексу до консолидации, отражалась как убыток от инвестиций по методу долевого участия.

Товарооборот на Яндекс.Маркете в четвертом квартале 2021 года вырос на 215% год к году. В третьем квартале 2021 года этот рост составлял 212%. Рост этого показателя в четвертом квартале 2021 года обусловлен рядом факторов, в том числе увеличением числа покупателей и продавцов, улучшением продукта, а также расширением ассортимента товаров для быстрой доставки и ростом числа повторных заказов на маркетплейсе.

Общая выручка Яндекс.Маркета в четвертом квартале 2021 года выросла на 21% по сравнению с аналогичным показателем за четвертый квартал 2020 года. Общая выручка росла медленнее товарооборота из-за изменений в структуре выручки маркетплейса (доля сторонних продаж (ЗР) в четвертом квартале 2021 года увеличилась на 82% по сравнению с 63% в четвертом квартале 2020 года), уменьшения размера комиссии, а также планового снижения выручки сервиса для сравнения цен (она снизилась на 70% год к году в связи тем, что Яндекс активно переводил продавцов с модели оплаты за клик (CPC) на сервисе сравнения цен к комиссионной модели продаж (ЗР) на маркетплейсе). Доходы от прямых продаж (1Р) выросли на 58% за счёт общего роста сервиса. На темпы роста доходов от прямых продаж частично повлияло снижение их доли в общем товарообороте Яндекс.Маркета. Комиссионные и прочие доходы маркетплейса от сторонних продаж (ЗР) выросли на 69% в связи общим ростом товарооборота (GMV) на основе комиссионной модели продаж (ЗР). На этот рост частично повлияли снижение размера комиссии для партнеров и запуск модели продаж с доставкой заказов продавцом (Delivery by Seller).

Убыток по скорректированному показателю EBITDA Яндекс.Маркета в четвертом квартале 2021 года составил 12,4 миллиарда рублей. Рост убытка был вызван ожидаемым увеличением затрат на развитие операционной деятельности в период зимних праздников, в том числе инвестициями в развитие инфраструктуры доставки и исполнения заказов в связи со значимым ростом объёма заказов, а также затратами на таргетированные маркетинговые кампании и постоянными расходами на развитие новой операционной инфраструктуры. Рост убытка был частично компенсирован ростом общих результатов направления в связи с оптимизацией

логистических процессов, более эффективным планированием ресурсов и улучшением ключевых операционных процессов, включая привлечение продавцов и подключение к платформе.

Медиасервисы

В сегмент Медиасервисов входят единая подписка на сервисы Яндекса — Яндекс Плюс, Яндекс.Музыка, Кинопоиск, Яндекс.Афиша, а также продюсерский центр Яндекс.Студия.

Ключевые операционные показатели:

- **Число подписчиков Яндекс Плюса** в конце четвёртого квартала 2021 года достигло 12 миллионов, увеличившись на 79% по сравнению с аналогичным показателем на конец четвёртого квартала 2020 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	2 901	6 517	125%	7 807	18 408	136%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 141)	(1 886)	65%	(3 735)	(6 464)	73%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-39,3%	-28,9%	10,4 п.п.	-47,8%	-35,1%	12,7 п.п.

Выручка в сегменте Медиасервисов в четвёртом квартале 2021 года выросла на 125% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2020 года. Этот рост был вызван в основном увеличением доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса в связи с быстрым ростом числа подписчиков. На рост выручки также повлиял рост доходов от продажи лицензий в связи с тем, что Кинопоиск в 2021 году производил гораздо больше оригинального контента, чем годом ранее, и продавал гораздо больше лицензий. Рост выручки также связан с ростом выручки от продажи устройств (объём продаж значительно вырос за счёт новых типов устройств) и ростом выручки от транзакций (в основном за счёт продажи билетов на мероприятия на фоне восстановления активности на рынке развлечений). Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 1,9 миллиарда рублей и был вызван затратами на контент и маркетинг для поддержки роста аудитории подписчиков Яндекс Плюса, а также ростом расходов на персонал в связи с расширением бизнеса.

Сервисы объявлений

Сегмент сервисов объявлений включает Авто.ру, Яндекс.Недвижимость и Яндекс.Аренду.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	1 818	2 302	27%	5 778	8 158	41%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	599	485	-19%	1 070	2 066	93%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	32,9%	21,1%	-11,8 п.п.	18,5%	25,3%	6,8 п.п.

Выручка в сегменте сервисов объявлений в четвёртом квартале 2021 года выросла на 27% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2020 года. Этот рост главным образом обусловлен увеличением доходов от размещения объявлений автодилеров. Доходы от услуг финансирования и страхования автомобилей выросли в 1,5 раза по сравнению с четвёртым кварталом 2020 года и составили 1,3 миллиарда рублей. Этот рост вызван тем, что Яндекс оптимизировал стратегии монетизации и внёс ряд улучшений в продукт. Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) в четвёртом квартале 2021 года снизился на 19% по сравнению с аналогичным показателем в четвёртом квартале 2020 года. Такая динамика связана с увеличением затрат на разработку и маркетинг новых продуктов и услуг, направленных на расширение возможностей как для продавцов, так и для покупателей, а также на общее развитие сегмента сервисов объявлений.

Прочие бизнес-юниты и инициативы

Сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив включает направление разработки беспилотных автомобилей (Yandex SDG), Дзен, Yandex.Cloud, Яндекс.Образование, Устройства, финтех-направление, Яндекс.Услуги, эксперименты Яндекс.Лавки на международных рынках и другие эксперименты.

Ключевые операционные показатели:

- **Ежедневная аудитория Дзена** в декабре 2021 года составила 22,3 миллиона пользователей, что на 8% выше по сравнению с аналогичным показателем за сентябрь 2021 года и на 10% — по сравнению с этим показателем в декабре год назад.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	4 620	8 642	87%	11 105	24 082	117%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(2 580)	(5 506)	113%	(8 294)	(14 874)	79%

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-55,8%	-63,7%	-7,9 п.п.	-74,7%	-61,8%	12,9 п.п.
--	--------	--------	-----------	--------	--------	-----------

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив в четвертом квартале 2021 года увеличилась на 87% по сравнению с аналогичным показателем за четвертый квартал 2020 года. Этот рост был связан в основном с быстрым увеличением доходов сегмента Устройств. За счёт повышенного спроса на Яндекс.Станцию и роста розничных цен на устройства доходы в этом сегменте выросли в четвертом квартале 2021 года на 111% по сравнению с аналогичным показателем за четвертый квартал 2020 года и составили 4,1 миллиарда рублей. Рост выручки в этом сегменте также вызван ростом сервиса Дзен (в связи с разработкой новых форматов, направленных на повышение качества контента и рекламы) и сервиса Yandex.Cloud (благодаря расширению клиентской базы и значительному повышению спроса на платформенные сервисы).

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 5,5 миллиарда рублей, тогда как в четвертом квартале 2020 года он составлял 2,6 миллиарда рублей. На динамику убытков в основном повлияли инвестиции в международный бизнес Яндекс.Лавки, финтех-направление, сегмент Устройств и в разработку беспилотных автомобилей (где убыток по скорректированному показателю EBITDA в четвертом квартале 2021 года составил 1,3 миллиарда рублей и был вызван в основном увеличением числа сотрудников в связи с развитием беспилотной технологии и запуском беспилотной доставки на новых рынках). На рост убытка также повлияли инвестиции в развитие контента и маркетинг сервиса Дзен и инвестиции в другие инициативы. Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) в сегменте Устройств в четвертом квартале 2021 года составила -24,8%, тогда как в четвертом квартале 2020 года этот показатель составлял -31,7%. На динамику этого показателя в основном повлиял рост объёмов продаж, оптимизация закупочных цен и затрат на логистику.

Внутрисегментные расчёты

Внутрисегментные расчёты выручки представляют собой элиминлируемые обороты внутри операционных сегментов, включая доходы от рекламы и внутрисегментные доходы, связанные с выплатами за использование товарного знака, виртуальные сервера, логистические услуги, а также с продажами устройств и другими операциями.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка:						
Выручка по всем сегментам	76 897	118 748	54%	231 322	382 742	65%
Внутрисегментные расчёты	(5 298)	(8 420)	59%	(12 978)	(26 571)	105%
Общая выручка	71 599	110 328	54%	218 344	356 171	63%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						

Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	13 741	9 647	-30%	49 084	31 828	-35%
Внутрисегментные расчеты	27	73	170%	264	315	19%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	13 768	9 720	-29%	49 348	32 143	-35%

Внутрисегментные расчёты выручки в четвёртом квартале 2021 года увеличились на 59% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2020 года. Этот рост был в основном связан с внутрисегментными расчётами между Яндекс.Маркетом и Яндекс.Такси (MLU), связанными с услугами логистики, а также внутрисегментными доходами от продажи устройств и быстрым ростом сервиса Дзен, который привёл к увеличению элиминируемых оборотов вознаграждения партнёрам внутри компании. На этот рост также повлияли элиминируемые обороты выручки в сегменте Поиска и портала (связанные с выплатами за использование товарного знака и платой бизнес-юнитов за аренду дата-центров).

Обзор структуры консолидированной выручки¹⁰

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 декабря			Двенадцать месяцев, закончившиеся 31 декабря		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка от продажи интернет-рекламы	38 402	48 431	26%	126 450	166 618	32%
Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров	17 691	32 942	86%	57 516	101 402	76%
Выручка от продажи товаров	10 148	17 658	74%	20 145	55 910	178%
Прочие доходы	5 359	11 297	111%	14 233	32 241	127%
Общая выручка	71 599	110 328	54%	218 344	356 171	63%

Выручка от продажи интернет-рекламы в четвёртом квартале 2021 года выросла на 26% по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2020 года. В структуре общей выручки компании она составила 44%. Нормализованный рост выручки от продажи интернет-рекламы по сравнению с аналогичным показателем за четвёртый квартал 2019 года составил 19%, а рост выручки от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам — 22%.

[Полная версия пресс-релиза \(на английском языке\).](#)

¹ Согласно правилам Комиссии по ценным бумагам и фондовым биржам о переводе единиц иностранной валюты, суммы в российских рублях были переведены в суммы в долларах США по курсу 74,2926 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального банка Российской Федерации на 31 декабря 2021 года.

² Эти показатели не являются общепринятыми показателями GAAP: выручка за вычетом вознаграждения партнёрам; скорректированный показатель EBITDA; отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке; скорректированная чистая прибыль; отношение (рентабельность) скорректированной чистой прибыли к выручке и

финансовые результаты на сопоставимой основе, включая результаты Яндекс.Маркета в 2020 году. Подробное описание расчетов этих показателей приводится в разделе «Использование показателей, не являющихся общепринятыми финансовыми показателями в рамках ОПБУ США».

³ Структура сегмента Такси в четвёртом квартале 2021 года не учитывает изменения, связанные с реструктуризацией совместных предприятий Яндекса и компании Uber в декабре 2021 года. Эти изменения будут отражены в отчётности Яндекса, начиная с первого квартала 2022 года.

⁴ Валовая стоимость поездок сервиса онлайн-заказа такси (GMV) — это стоимость исполненных заказов, оплаченных по итоговой цене на дату их исполнения, включая НДС.

⁵ Валовая стоимость заказов сервиса Яндекс.Доставка — это общая сумма транзакций, совершённых физическими или юридическими лицами, в обмен на услугу доставки на этапе «последней мили», включая НДС и без учёта скидок или возвратов оплаты покупателям, а также выплат и поощрений партнёрам (водителям и курьерам).

⁶ Товарооборот (GMV) направления электронной коммерции — это стоимость заказов на маркетплейсе Яндекс.Маркета и в Яндекс.Лавке, а также стоимость заказов товаров повседневного спроса из магазинов-партнёров в Яндекс.Еде, доставленных клиентам и оплаченных с учётом НДС.

⁷ Активный покупатель — это покупатель, совершивший не менее одной покупки в течение 12 месяцев до отчётной даты.

⁸ Активный продавец — это продавец, совершивший не менее одной продажи в течение одного месяца до отчётной даты.

⁹ Рекламные доходы (cost-per-click) — это доходы, которые сервис сравнения товаров и цен получает от оплаты каждого перехода пользователя на сайт магазина. Доходы маркетплейса представляют собой доходы от прямых продаж (1P), а также комиссионные и иные доходы от сторонних продаж (3P) по модели CPA (cost-per-action), то есть с оплатой за действие пользователя.

¹⁰ Полное описание структуры консолидированной выручки с указанием источников представлено под заголовком «Доходы» (стр.70) в годовом отчете по форме 20-F за период, закончившийся 31 декабря 2020 года.

Контакты

Для прессы:

Пресс-служба компании «Яндекс»

Илья Грабовский

Тел.: +7 495 739-70-00

Электронная почта: pr@yandex-team.ru