



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

4 марта 2021 Пресс-релизы

Mail.ru Group: аудированная отчетность по МСФО за 2020 год

Mail.ru Group (MAIL) публикует аудированную отчетность в соответствии с МСФО и сегментные финансовые данные за 2020 год.

Основные показатели*

► Четвертый квартал 2020 года на сопоставимой основе:

- Совокупная сегментная выручка компании выросла на 25,0% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составила 32 979 млн руб.
- Совокупный сегментный показатель EBITDA компании снизился на 25,4% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составил 7 313 млн руб.
- Совокупная чистая прибыль компании снизилась на 68,8% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составила 1 768 млн руб.

► 2020 год на сопоставимой основе:

- Совокупная сегментная выручка компании выросла на 21,2% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составила 107 428 млн руб.
- Совокупный сегментный показатель EBITDA компании снизился на 7,3% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составил 26 975 млн руб.
- Совокупная чистая прибыль компании снизилась на 32,1% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года и составила 10 014 млн руб.



Контакты

*** Финансовые данные за 2020 год представлены с учетом ESForce, который был реконсолидирован. Данные без учета ESForce представлены в полной версии отчета.*

**** Чистая прибыль не включает долю Mail.ru Group в чистых результатах ассоциированных компаний и совместных предприятий. Доля Mail.ru Group в чистых результатах ключевых СП (AliExpress Россия и «O2O») в четвертом квартале 2020 года составила 4 362 млн руб. убытка, а по итогам 2020 года — 11 929 млн руб. убытка. Чистые результаты рассчитаны в соответствии с требованиями, применяемыми к сегментным финансовым данным о консолидированной деятельности компании.*

Генеральный директор Борис Добродеев прокомментировал:

“Несмотря на объективные трудности 2020 года, мы продолжали придерживаться курса на масштабирование бизнеса и предоставление пользователям удобных, безопасных и совместимых продуктов и технологий, а также стремились создавать добавленную стоимость для акционеров.

В 2020 году выручка компании на сопоставимой основе выросла на 21,2% и превысила 107 млрд руб. Это выше целевого показателя роста выручки на сопоставимой основе, заявленного по результатам третьего квартала (17—19%), а также выше целевого показателя роста выручки (18—20%, до 103—105 млрд руб.), установленного на 2020 год еще до начала пандемии. Выручка в четвертом квартале увеличилась на 24,9% в основном благодаря масштабированию MY.GAMES (+27,1% в годовом сопоставлении, до 11,1 млрд руб.), активному развитию направления онлайн-образования (рост в 3,1 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 2,6 млрд руб.). Еще один из главных факторов — ощутимое с недавних пор восстановлению активности в сегментах, связанных с рекламой: выручка сегмента «Социальные сети и коммуникационные сервисы» в четвертом квартале выросла на 9,6% в годовом сопоставлении (до 16,2 млрд руб.), в то время как в третьем квартале рост составлял 1,5%”.

— Совокупная выручка в четвертом квартале 2020 года выросла на 25,0% год к году и составила 32 979 млн руб.

— Выручка от рекламы в четвертом квартале 2020 года выросла на 10,2% год к году и составила 12 777 млн руб.

— Выручка сегмента ММО-игр в четвертом квартале 2020 года выросла на 23,1% год к году и составила 9 802 млн руб.

— Выручка от пользовательских платежей за социальные сервисы (Community IVAS) в



составила 5 496 млн руб.

Контакты

Несмотря на неблагоприятные условия на рынке рекламы, выручка компании от рекламы росла на протяжении всего 2020 года — в четвертом квартале рост составил 10,2% (по сравнению с 5,3% в третьем квартале), а за год — 5,3%. Последние пять лет мы опережали конкурентов на рынке цифровой рекламы, и считаем, что 2020 год не стал исключением. Как и раньше, основной вклад в успех внесла ВКонтакте — рост ее выручки в четвертом квартале составил 17,2% в годовом сопоставлении (в третьем квартале — 12,9%), а число активных рекламодателей выросло на 30% по сравнению с четвертым кварталом прошлого года. Несмотря на пандемию и бизнес-модель, ориентированную преимущественно на рекламу, выручка ВКонтакте за 2020 год выросла на 14,9% и составила 25,4 млрд руб.: таким образом, с 2014 года она увеличилась более чем в пять раз. Несмотря на пандемию, соцсеть сохраняет курс на удвоение показателя за 2018 год (тогда выручка составила 18,4 млрд руб.) к концу 2022 года.

MY.GAMES по-прежнему растет быстрее мирового рынка игр: в 2020 году рост составил 30,4% (до 40,7 млрд руб.), а в четвертом квартале — 27,1% (до 11,1 млрд руб.). 2020 год оказался беспрецедентным для нашего игрового направления — так, во втором квартале был зафиксирован рост на 47%. Но несмотря на высокую базу, ожидается, что наши франшизы и другие существующие продукты, а также проекты, реализация которых еще не начата, обеспечат MY.GAMES двузначный органический рост в 2021 году. Мы также рассчитываем, что EBITDA MY.GAMES в 2022 году вдвое превысит значение 2018 года (5 млрд руб.), а показатель 2021 года будет свидетельствовать об уверенном движении к поставленной цели.

Юла продолжила рост: выручка проекта за 2020 год составила 3 млрд руб. (+43% в годовом сопоставлении) при значительном снижении уровня убытков по EBITDA (-2,2 млрд руб.). В 2021 году мы стремимся обеспечить выручку Юлы на уровне 3,6—3,9 млрд руб. и значительно приблизиться к самоокупаемости сервиса.

Выручка консолидированных образовательных онлайн-сервисов Skillbox и GeekBrains в четвертом квартале выросла в 3,1 раза в годовом сопоставлении (до 2,6 млрд руб.).

Выручка за год в размере 6,1 млрд руб. превысила целевой показатель (не менее 5 млрд руб.). По нашим прогнозам, темпы роста сервисов онлайн-образования в 2021 году превысят 30%, несмотря на ожидаемую нормализацию рынка в связи с выходом из пандемии. Направление онлайн-образования приносит прибыль, и планируется, что с первого квартала 2021 года ввиду значительного масштаба деятельности и доказанной рентабельности оно будет выделено в отдельный сегмент внутри финансовой отчетности компании.



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

рыночных условий на фоне пандемии. В 2020 году мы запустили девять новых игр, инвестировали в двенадцать игровых студий, начали бета-тестирование облачной игровой платформы, запустили продажи умной колонки Капсула, развивали универсальный сервис авторизации VK Connect, запустили программу лояльности VK Combo, улучшили качество аудио- и видеозвонков в наших проектах, обновили музыкальное приложение Boom, успешно реализовали несколько проектов интеграции платформ, например, Юлы и ВКонтакте, расширили возможности виртуального кошелька VK Pay, масштабировали VK Mini Apps, проводили различные эксперименты в сфере социальной коммерции, инвестировали в перспективные проекты, такие как образовательные онлайн-сервисы Учи.ру, Тетрика и Skillfactory.

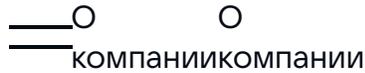
В результате этого, а также с учетом структуры выручки, EBITDA за четвертый квартал снизилась на 25,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а за год — на 7,3% до 27,0 млрд руб. Рентабельность составила 25,1%, что соответствует прогнозируемому диапазону (24—27%).

Способность нашего бизнеса генерировать денежные потоки остается высокой. Чистая задолженность без учета обязательств по финансовой аренде на конец декабря составляла 9,4 млрд руб. В четвертом квартале 2020 года мы рефинансировали некоторые из имевшихся банковских кредитов, в результате чего эффективная процентная ставка по всем непогашенным банковским кредитам на конец года составила 7,0% (аналогичный показатель на конец третьего квартала — 7,4%). В октябре мы также завершили размещение 5-летних конвертируемых облигаций на сумму 400 млн долл. США с годовым купоном 1,625% и премией при конвертации на уровне 42,5% (при цене размещения в 28 долл. США). В рамках работы с нашим долговым портфелем мы продолжим использовать самые эффективные доступные продукты, включая банковские кредитные линии и корпоративные облигации. С этой целью мы получаем внутренний кредитный рейтинг, который позволит нам расширить набор инструментов для оптимизации стоимости долга в дальнейшем.

Наши стратегические приоритеты остаются неизменными: 1) сосредоточиться на основных направлениях деятельности и построить ведущую интернет-экосистему вокруг ВКонтакте; 2) продолжать демонстрировать опережающую динамику по отношению к рынку цифровой рекламы, чтобы обеспечить соответствие нашей доли рынка лидирующим позициям компании по охвату аудитории и времени, проводимому в сети; 3) продолжать масштабировать наш игровой бизнес и выводить его на международные рынки, делая ставку на рост рентабельности от эффекта масштаба и завершения перехода на мобильный формат; 4) масштабировать сегмент «Новые инициативы» и



EN

**Образование**

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Мы ожидаем, что в 2021 году выручка вырастет на 18–21% и составит около 127–130 млрд руб., а рентабельность по EBITDA повысится по сравнению с 2020 годом.

Напомним, что деятельность в сфере транспорта, фудтеха и электронной торговли ведется в рамках совместных предприятий, которые учитываются по методу долевого участия и не включены указанный прогнозный показатель.

Корпоративное управление

Мы активно развивающаяся публичная компания. Помимо достижения бизнес-целей, среди наших ключевых задач — повышение прозрачности, согласованности интересов Mail.ru Group и ее акционеров, а также ликвидности акций. В прошлом году мы успешно вышли на Московскую биржу, в результате чего ликвидность наших ГДР в 2020 году выросла более чем на 600% в годовом сопоставлении, а в декабре Mail.ru Group была включена в крупнейшие индексы MSCI. Мы запустили регулярные публикации отчета об устойчивом развитии (ESG-отчета). В дальнейшем мы будем публиковать более подробную отчетность по сегментам, в том числе за счет выделения онлайн-образования в отдельный сегмент. Помимо этого, по итогам дискуссий с аналитиками и инвесторами мы решили отказаться от отчетности на сопоставимой основе начиная с 2021 финансового года. На этом преобразования не заканчиваются. Мы будем и дальше работать над улучшением ESG-показателей и с благодарностью готовы принимать обратную связь и предложения по улучшению от заинтересованных сторон.

1 Отчет о международном игровом рынке компании Newzoo, ноябрь 2020 г.

Основные показатели по сегментам

Социальные сети и коммуникационные сервисы

Выручка сегмента «Социальные сети и коммуникационные сервисы» в четвертом квартале 2020 года увеличилась на 9,6% и составила 16,2 млрд руб. (за год — на 4,7%, составив 52,7 млрд руб.). Этому способствовало продолжение роста основных показателей вовлеченности, особенно во ВКонтакте, а также недавнее восстановление активности на рынке рекламы (на онлайн-рекламу приходится около 60% выручки сегмента). В четвертом квартале EBITDA сегмента сократилась на 15% в годовом сопоставлении — до 6,6 млрд руб. (за год — сокращение на 9,6% до 24,6 млрд руб.) в результате реализации программы инвестиций в новые продукты и экосистему. В связи с этим выросли расходы на персонал и маркетинг, а также отчисления агентам и партнерам.

ВКонтакте

ВКонтакте остается ведущей отечественной социальной сетью: ее месячная аудитория в России составляет 73,4 млн пользователей (рост на 4,5% год к году), в то время как



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

вырос с 74,3% в декабре 2019 года до 77,1% в декабре 2020 года¹. В среднем

пользователи открывают ВКонтакте **15 дней в месяц**, а показатель их вовлеченности остается самым высоким среди соцсетей в России — **55,3%**. Среднее время использования мобильной версии сервиса в декабре составляло **36,8 минут** в день и достигало **60 минут** в день среди пользователей в возрасте 12—24 лет³.

Количество сервисов на платформе VK Mini Apps увеличилось на **11 тыс.** и составил **25 тыс.**, а месячная аудитория в декабре выросла на **67%** в годовом сопоставлении до **39 млн пользователей**. В декабре месячная аудитория **30 мини-приложений** превысила **1 млн пользователей**, в то время как в январе такой популярностью пользовались лишь **12 приложений**. Среди этих сервисов — AliExpress, Еда ВКонтакте, Такси ВКонтакте, VK Работа и другие. Показатели Такси ВКонтакте свидетельствуют о потенциале платформы — в 2020 году сервисом воспользовались более 2 млн человек. Приложение Еда ВКонтакте, перезапуск которого состоялся в июле, в четвертом квартале принесло более **10%** новых клиентов Delivery Club.

С момента запуска в июне сервисом для авторизации VK Connect воспользовались **17,3 млн человек**, не считая тех, кто авторизовался через vk.com. В 2020 году средний рост этого показателя в месячном сопоставлении составил **70%**. **12 сервисов Mail.ru Group**, в том числе Delivery Club, Ситимобил, Кухня на районе, Маруся, Одноклассники, VK Combo, Объявления ВКонтакте, Почта Mail.ru и Voom, хотя бы частично интегрированы с VK Connect. Работа над дальнейшими интеграциями продолжится в 2021 году.

ВКонтакте также активно работает над развитием видеосервисов. В четвертом квартале пользователи загрузили в соцсеть на **11% больше видео**, чем за аналогичный период **прошлого года** (без учета коротких видеороликов в категории «Клипы»), а дневное количество просмотров в декабре достигло рекордного показателя в **900 млн**.

Ежемесячное количество пользователей, смотрящих трансляции в режиме реального времени, в декабре составило **45 млн человек**.

В течение первых шести месяцев после запуска сервис «Клипы» ВКонтакте получил **около 31 млрд просмотров**, на конец года было загружено более **3,5 млн роликов** от **1,1 млн создателей контента**, а аудитория сервиса составляла **75,6 млн пользователей**. В декабре было достигнуто рекордное число просмотров — **230 млн** в день, а ежедневная аудитория уже превышает **16 млн пользователей**. В 2021 году мы продолжим инвестировать в развитие платформы, в том числе профессиональный контент от пользователей и другой эксклюзивный контент. Мы считаем, что у Клипов ВКонтакте значительный потенциал с точки зрения монетизации, и активно экспериментируем с таргетированной рекламой на основе CPM-модели, способами разделения выручки с



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

сообщения — во втором полугодии 2020 года ежедневная аудитория выросла на **10%** и составила **33 млн** пользователей. В декабре количество доставленных сообщений в день выросло на **50%** в годовом сопоставлении (до **15 млрд**), а количество отправленных голосовых сообщений — на **10%** по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Каталог мобильных игр ВКонтакте вырос в **три раза** год к году. В декабре аудитория мобильных игр **вдвое превысила** показатель аналогичного периода предыдущего года, а средняя продолжительность сессии достигла **20 минут**. Объем платежей внутри мобильных игр с использованием валюты ВКонтакте в четвертом квартале вырос в **2,5 раза** по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Создатели контента, присоединившиеся к платформе монетизации контента VK Donut, заработали **более 25 млн руб.** за первые пять месяцев с момента запуска, а число платящих подписчиков растет на **30%** ежемесячно.

Основой целевой аудитории остаются сообщества и представители малого и среднего бизнеса, для которых ВКонтакте запустил упрощенный конструктор сайтов, позволяющий пользователям создавать сайты всего за несколько кликов. С момента запуска сервиса было создано **более 300 тыс. веб-страниц**. ВКонтакте также добавил в сообществах кнопку «Рекомендовать», что позволило пользователям поддерживать любимые бренды или авторов, рассказывая о них своим друзьям. В течение месяца после запуска нового функционала **1,5 млн групп** получили как минимум одну рекомендацию (**около 400 тыс.** из них — представители малого и среднего бизнеса), а общее количество новых рекомендаций в день составляет **около 200 тыс.** Рекламная сеть ВКонтакте активно расширяется. Этот инструмент позволяет администраторам размещать рекламу в своих сообществах ВКонтакте. К сети уже присоединились **более 10 тыс. создателей контента**, при этом деятельность самых успешных авторов позволяет генерировать выручку на уровне **около 1 млн руб.** в месяц.

В результате этого и других обновлений количество активных сообществ в декабре выросло на **23%** в годовом сопоставлении.

Компания продолжает уделять пристальное внимание развитию проектов в сфере социальной коммерции. Для магазинов ВКонтакте запущен сервис курьерской доставки, включая доставку через Такси ВКонтакте. Доля сделок B2C в общем объеме электронной коммерции через платформу ВКонтакте (включая сделки, совершенные на сайтах магазинов) выросла с **8% до 23%**.

К приоритетным направлениям инвестиций на 2021 год относятся видеосервисы (в том числе Клипы ВКонтакте), видео- и аудиозвонки для личного и делового общения, музыкальный сервис, социальная коммерция, а также продукты в рамках экосистемы,



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса*mediascope, декабрь 2020 года*³ *Mediascope, декабрь 2020 года*

Контакты

Одноклассники

В декабре 2020 года средняя месячная аудитория ОК в России составила 40 млн пользователей. Количество уникальных пользователей, посещающих соцсеть исключительно с мобильных устройств, выросло на 11% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Основными источниками выручки Одноклассников остаются IVAS, в том числе игры: за 2020 год пользователи ОК отправили 52,8 млрд виртуальных подарков (рост на 18% к прошлому году), а также 6 млрд открыток и стикеров (рост на 67% к прошлому году). В четвертом квартале продолжилось активное обновление линейки продуктов: 1) в октябре запущен сервис коротких видео и фото «Моменты», и уже в декабре его месячная аудитория превысила 11 млн пользователей; 2) в ноябре запущен сервис «Окно» для знакомств через видеочаты; 3) также в ноябре запущен сервис «Марафоны», который позволяет делиться фотографиями на определенную тему.

Дневная аудитория «мобильных игр ОК» в 2020 году выросла на 24,3% по сравнению с прошлым годом, а время, проводимое на этой платформе, увеличилось на 32,4% к прошлому году. Общий объем выплат разработчикам мобильных игр в 2020 году составил 970 млн руб. (рост на 62% к прошлому году). При этом совокупный объем выплат разработчикам всех видов игр превысил 3,3 млрд руб. за 2020 год. Выплаты разработчикам за размещение рекламы в четвертом квартале возросли на 60% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Количество просмотров видео на платформе ОК в 2020 году превысило рекордный показатель — 1 млрд в день. Число просмотров прямых трансляций увеличилось на 50% по сравнению с прошлым годом, а количество загрузок видео — на 19%.

Вовлеченность авторов групп в Одноклассниках продолжает расти: количество групповых публикаций в 2020 году увеличилось на 46% по сравнению с прошлым годом. В декабре ОК совместно с сервисом Boosty.to запустили сервис платных подписок на эксклюзивный контент в группах, а также сервис приема донатов для авторов с комиссией в размере 5%.

В четвертом квартале продолжился запуск продуктов в рамках экосистемы: в декабре началась интеграция Одноклассников с платформой VK Mini Apps.

В четвертом квартале ОК перезапустили собственный маркетплейс товаров совместно с AliExpress Россия. Теперь просмотр продуктов доступен не только в разделе с товарами, но и в ленте пользователя или при просмотре видеороликов. Кроме того, платформа



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

кварталом.

Контакты

Соцсеть по-прежнему работает над увеличением доли своей рекламной выручки.

Количество рекламодателей в ОК выросло на 34,8% в 2020 году, при этом сеть продолжает инвестировать в развитие решений для малого и среднего бизнеса.

Количество рекламодателей-представителей малого и среднего бизнеса, пользующихся рекламным кабинетом ОК Ads Manager (встроенной программой управления рекламой), в четвертом квартале увеличилось на 77% в годовом сопоставлении, а выручка от рекламы малого и среднего бизнеса за 2020 год выросла вдвое по сравнению с прошлым годом.

К числу приоритетных направлений деятельности в 2021 году относятся дальнейшая интеграция платформ в рамках экосистемы и развитие проектов в сфере социальной коммерции.

Игры

Выручка MY.GAMES в 2020 году выросла 30,4% год к году, в то время как в среднем мировой рост игровой индустрии составил около 20%. На игровое направление пришлось 38% выручки Mail.ru Group в 2020 году. В четвертом квартале 2020 выручка MY.GAMES увеличилась на 27,1% (до 11,1 млрд руб.) при запуске одного нового проекта в этот период (Rush Royale), который пришелся на конец декабря. **Около 98% выручки пришлось на F2P-игры, а доля мобильных игр в четвертом квартале составила 76%.** Количество зарегистрированных пользователей достигло 770 млн в декабре (+165 млн за 2020 год). Месячная активная аудитория продолжила рост, составив 21 млн в четвертом квартале 2020 (+8,8% год к году) против 14,8 млн в аналогичном периоде 2017 года, а доля платящих пользователей составила 5,3%. Международная выручка также продолжила рост: ее доля составила 77% (против 76% в третьем квартале).

Показатель EBITDA игрового направления в 2020 году составил 6,3 млрд рублей (рост 28% год к году), а ее маржинальность составила 15,4% в связи с продолжающимся увеличением доли мобильной выручки, большим количеством новых запусков, приобретенными студиями на ранних этапах развития, активным маркетингом в течение всего года (в том числе в пиковый четвертый квартал), а также в связи с повышенным спросом на наши продукты и услуги в период мер по ограничению распространения коронавируса и нашей стратегии по удержанию новых пользователей.

Инвестиционное подразделение MY.GAMES Venture Capital (MGVC) успешно завершило консолидацию двух студий в 2020 году, благодаря которым в нашем портфолио появилось две игры, приносящие компании немалую выручку. Студия BeIngame за семь месяцев после консолидации увеличила ежемесячную выручку на 95%, а выручка Deus Craft увеличилась на 44% в четвертом квартале год к году, достигнув 1,2 млрд руб.



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

дальнейшего роста бизнеса через сделки M&A. При этом новые приобретенные и консолидированные студии уже в 2020 году принесли около 9% выручки MY.GAMES, а рост компании был преимущественно органическим.

Контакты

Мобильные игры

Мобильные игры остаются основным источником роста MY.GAMES с учетом запусков пяти внутренних мобильных проектов в 2020 г. В пятерку крупнейших по выручке проектов в четвертом квартале 2020 года вошли War Robots, Hustle Castle, Grand Hotel Mania, Left to Survive и Zero City.

War Robots (~7 лет, студия Pixonic) выпустил крупнейшее обновление (Ремастер, октябрь 2020), что позволило масштабировать количество скачиваний франшизы до 184 млн по состоянию на декабрь. Игра остается крупнейшим генератором выручки в портфолио MY.GAMES, а ее среднемесячная выручка в ~900 млн руб. вносит ощутимый вклад в EBITDA компании.

Hustle Castle (~3 года, студия Nord) достигла отметки в 69 млн скачиваний и около 500 млн руб. среднемесячной выручки в четвертом квартале. Студия Nord также оперирует проектом Zero City (около 16 млн скачиваний, более 150 млн руб. ежемесячной выручки), который установил рекорд по ежемесячной выручке в декабре.

Grand Hotel Mania (июль 2020, студия Deus Craft), игра в жанре тайм-менеджмент, достигла 7,7 млн установок и около 400 млн руб. ежемесячной выручки в декабре.

Left to Survive (~3 года, студия Whalekit) показала 30 млн скачиваний и преодолела отметку в 4 млрд рублей совокупной выручки за все время своего существования. Еще один проект студии Warface: Global Operations (~1 год) достиг 15 млн скачиваний.

Rush Royale, мобильная игра в жанре tower defense, выпущенная студией IT Territory в середине декабря 2020, была скачана 0,5 млн раз, а её выручка уже в декабре вплотную подошла к отметке 100 млн рублей.

ПК и консоли

Аудитория франшизы Warface достигла 109 млн игроков по всему миру на всех платформах: игра остается в числе тройки лидеров по выручке среди проектов MY.GAMES, продолжив экспансию на новые рынки (в т. ч. Турции). На консолях PlayStation, Xbox и Nintendo, между которыми теперь работает полноценный кроссплей, Warface установили 23 млн раз.

«Сезон 5: Наследие огня» стартовал в игре Conqueror's Blade (ПК, 2+ года) в октябре, одновременно с запуском игры в Турции. Пользовательская база проекта достигла 2,8 млн.

Бесплатная MMO Skyforge (ПК, студия Allods Team) достигла 12 млн зарегистрированных



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Сегмент Новых инициатив в четвертом квартале 2020 года увеличил выручку на 101,1% год к году до 5,9 млрд руб., а за год она составила 14,3 млрд руб., показав рост в 95,5%.

Среди ключевых драйверов роста следует отметить продолжающийся рост и масштабирование онлайн-образования, а также рост Юлы, Пульса, B2B-сегмента, включая облачные сервисы и другие инициативы. Убыток по EBITDA в сегменте Новых инициатив в четвертом квартале практически не изменился (0,7 млрд руб.), а за 2020 год увеличился на 30.2% год к году, составив 3,9 млрд руб., при этом крупнейшими подразделениями с точки зрения издержек стали Юла и проекты MRG Tech Lab, в том числе в области голосовых технологий и аппаратного обеспечения. Отрицательная рентабельность EBITDA сегмента Новых инициатив сократилась с 40,7% в 2019 до 27,1% в 2020 за счет увеличившихся поступлений от онлайн-образования.

Онлайн-образование

В сегменте новых инициатив подразделение онлайн-образования (EdTech), представленное консолидированными компаниями Skillbox и GeekBrains, остается лидером по выручке, которая в четвертом квартале превысила 2,6 млрд руб., увеличившись год к году в 3,1 раза. За 2020 год выручка от EdTech превысила 6,1 млрд руб., что превысило цель в 5 млрд руб. при положительной рентабельности.

Число зарегистрированных студентов в проектах GeekBrains и Skillbox в декабре 2020 составило более 700 000: это в четыре раза выше, чем в аналогичный период прошлого года. Число платящих студентов увеличилось на 103 000 человек в 2020 году и составило 170 000 (декабрь), то есть выросло в 2,5 раза за прошлый год. В четвертом квартале сервисы прибавили 45,000 пользователей, а средняя доля ежемесячно активных пользователей среди платящих в этих сервисах составила 38%.

Сервисы Skillbox и GeekBrains запустили более 200 новых программ и курсов (профессий и факультетов) за четвертый квартал. Среди них курсы по креативным специальностям (ландшафтный дизайн, музыкальный и звуковой дизайн и т. д.), по аналитике и большим данным, VR/AR, киберспорту и менеджменту. Общее число доступных курсов в декабре достигло 761. Средний чек в четвертом квартале составил 58 000 руб. (-3% год к году), а средняя продолжительность курсов — порядка 12 месяцев.

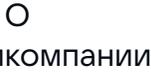
Несмотря на ожидаемую нормализацию спроса в посткоронавирусный период, мы полагаем, что сегмент EdTech в 2021 году будет активно расти, и прогнозируем выручку на уровне 8-9 млрд руб. от текущих консолидированных активов.

Юла

Выручка Юлы увеличилась в четвертом квартале на 43% год к году (до 1 015 млн руб.) благодаря B2B-продажам и общему росту трафика за счет сотрудничества с ВКонтакте.



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Продолжилось углубление интеграции с ВКонтакте: в декабре социальная сеть запустила сервис «Объявления». Теперь размещенные во ВКонтакте или на Юле объявления доступны сразу на обеих платформах, и продавцы могут размещать рекламу в релевантных группах ВКонтакте. Новым сервисом воспользовалось более 16 000 групп ВКонтакте менее чем за месяц. Такая кросс-интеграция привела к увеличению ежемесячно активных пользователей Юлы на 22% год к году (до 33 млн) в декабре 2020 г.

Раздел ВКонтакте Работа, запущенный соцсетью в третьем квартале на основе сервиса Worki, продолжает показывать сильный рост, а число ежедневно активных пользователей Worki выросло в 1,7 раза, при этом число новых резюме увеличилось в 3,2 раза год к году в четвертом квартале. На вертикаль «Работа» теперь приходится 18% выручки от объявлений сервиса Юла.

По нашим прогнозам, выручка Юлы в 2021 году составит 3,6-3,9 млрд руб. с продолжением динамики в сторону безубыточности, которую мы планируем достичь в 2022 году.

Пульс и Relar (платформы рекомендаций)

Число пользователей наших платформ рекомендаций достигло 62 млн в месяц (+47% год к году) в четвертом квартале. Дневная активная аудитория Relar в декабре увеличилась до 8 млн (+40% год к году), а месячная активная аудитория достигла 109 млн (+33% год к году). У платформы Пульс дневная активная аудитория составила 6 млн (+75% год к году), а месячная – 62 млн (+40% год к году). Совокупная выручка двух платформ в четвертом квартале превысила 200 млн руб.

Разработка облачного и B2B ПО

Сегмент B2B-технологий превысил 1 млрд руб. выручки в четвертом квартале 2020, увеличившись более чем на 200% год к году. За последний год облачные сервисы Mail.ru Group выросли в несколько раз, а годовая выручка приблизилась к отметке в 1 млрд руб.

Ключевые партнерства

СП «O2O» (равные доли у Сбера и Mail.ru Group)

Совместное предприятие «O2O» показало активный рост в 2020 году, несмотря на ограничительные меры в связи с пандемией коронавируса, которые особенно отразились на сегменте мобильности. После завершения консолидации Самоката и Кухни на районе в 2020 году, в активы СП «O2O» теперь входят: Delivery Club, Ситимобил, Youdrive, Самокат, Кухня на районе, Foodplex (бренд R_keeper). Общий объем оборота СП (GMV) на сопоставимой основе превысил 118 млрд руб. (рост в 2,3 раза год к году) с прогнозом по



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Delivery Club сохраняет лидерство на российском рынке доставки еды из ресторанов. В четвертом квартале сервис увеличил валовую выручку в 2,1 раза год к году (до 3,1 млрд руб.), а число заказов — в 2,0 раза год к году (до 18 млн), при этом доля заказов не из ресторанов составила 9%. В 2020 году сервис превысил прогнозные значения по выручке — она выросла в 2,3 раза год к году и составила 10 млрд руб. Число доставленных заказов также было выше прогноза — 60 млн, в 2,2 раза больше, чем годом ранее.

Сервис работает в 299 населенных пунктах России, где проживает более половины населения страны. Собственная логистическая служба Delivery Club доставила 59% от общего числа заказов в декабре. По состоянию на декабрь к сервису подключено 39 000 ресторанов (рост в 2,8 раза год к году), а более 7 000 ресторанов подключили возможность заказа еды навынос.

Delivery Club продолжает развивать доставку продуктов, предлагая экспресс (в пределах 15 минут, 1 500 – 3 000 наименований), быструю (30-40 минут, 15 000+ наименований) и более долгую доставку (15-40 тыс. наименований товаров) продуктов и товаров из продуктовых сетей в более 100 городах России (с охватом более 3 000 магазинов), а на 2021 год сервис планирует развивать это направление дальше. В 2020 году 71% всех онлайн-заказов продуктов были выполнены на маркетплейсах.

Delivery Club первым на рынке реализовал ряд инициатив в сегментах доставки продуктов, заказов еды навынос и доставки медикаментов — и продолжает расширять набор доступных пользователям услуг. Так, в четвертом квартале сервис запустил доставку наборов еды, а также безрецептурных лекарств через сервис «Все аптеки» Mail.ru Group (к нему подключено 30 400 аптек в России). В 2021 году планируются новые инициативы по диверсификации, включая дополнительные интеграции с Foodplex (также входит с СП «O2O»).

В числе недавних интеграций с другими сервисами экосистемы стоит отметить: 1) обновленную версию мини-приложения Еда ВКонтакте, через которое Delivery Club получил около 10% новых пользователей; 2) подключение водителей Ситимобила к доставке продуктов, заказанных через сервисы СП.

Delivery Club добился дальнейшего роста показателей юнит-экономики за счет увеличения плотности продаж, финансовой дисциплины и дополнительных технологических усовершенствований. Несмотря на высокую базу, связанную с периодом ограничительных мер из-за коронавируса, Delivery Club планирует хорошие двузначные темпы роста в 2021 и продолжит повышать показатели юнит-экономики. Собственная доставка из non-QSR ресторанов и маркетплейс уже демонстрирует



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

период достиг 8,5 млн, что в 12,3 раза выше показателя за аналогичный период прошлого года, а в декабре количество заказов достигало 100 000 в день. Самокат доставил 18 млн заказов в 2020 году, что в 15 раз выше аналогичного показателя 2019 года, а выручка сервиса составила 9 млрд руб. (рост в 23 раза год к году).

С октября сервис начал работу в Казани, четвертом городе после Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода. Самокат планирует дальнейшую территориальную экспансию в 2021 году.

В декабре в городах присутствия сервиса Самокат действовало 400 магазинов-складов против 80 годом ранее. В ассортименте Самоката порядка 2 600 товаров, из которых более 340 представлены собственными торговыми марками — на их долю приходится свыше 11% выручки сервиса. Сейчас Самокат тестирует формат работы с более широкой сетью магазинов-складов, в которых будет представлено значительно больше товаров, а также с ресторанами, работающими исключительно на доставку, и другими опциями сервисов с добавленной стоимостью. Сервис планирует увеличить свою долю на рынке локальной онлайн-доставки продуктов в 2021 году, со среднегодовой выручкой в 20 млрд руб. по состоянию на декабрь 2020.

Сервис доставки готовой еды Кухня на районе, работающий в формате приготовления домашней еды исключительно на доставку и управляющий 45 кухнями в Москве (декабрь 2020, против 29 в январе 2020), обработал более 1,9 млн заказов (рост в 2,7 раза год к году) и показал выручку в 0,9 млрд руб. (рост в 2,9 раза год к году) в четвертом квартале. **Общее количество обработанных заказов в 2020 году составило 5,2 млн (рост в 3,4 раза год к году), а годовая выручка составила 2,6 млрд руб. (рост в 3,7 раза год к году).** В 2021 году платформа планирует как расширение охвата в Москве, так и экспансию в другие города, а среднегодовая выручка ожидается на уровне 3,9 млрд руб. по состоянию на декабрь.

Транспорт, включая Ситимобил (95,4%) и YouDrive (77,3%)

Ситимобил нарастил количество поездок и валовую выручку в четвертом квартале на 20% по сравнению с третьим кварталом, осуществив за 2020 год 185 млн поездок и получив оборот в размере 46 млрд руб. В некоторых регионах оба показателя выросли примерно в три раза в годовом сопоставлении, а доля рынка достигла 30%. Ситимобил продолжил освоение рынка B2B и транспортных услуг повышенной комфортности — количество поездок в этих сегментах выросло на 70% по сравнению с предыдущим кварталом.

Платформа улучшила алгоритмы диспетчеризации и расчета повышенной стоимости, что позволило в 2020 году значительно увеличить процент выполненных заказов, более



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Ситимобил продолжил развивать направление доставки в сегментах C2C и B2C, заключая новые партнерства (например, включение сервиса Самокат в экосистему «O2O»): количество поездок увеличилось более чем на 75% в квартальном сопоставлении до 20 тыс. заказов в день.

В рамках реализации мультимодальной стратегии Ситимобил запустил полномасштабную консолидацию с сервисом YouDrive. Согласно планам компании, технологическая и операционная интеграция будет проведена в 2021 году.

Такси ВКонтакте продолжило стремительный рост: количество пользователей мини-приложения за 2020 год превысило 2 млн. Помимо этого, Ситимобил стал партнером Mail.ru Group по доставкам в сфере социальной коммерции. Ситимобил и СберЛизинг запустили льготную программу лизинга для таксопарков, в рамках которой партнеры получили уже сотни автомобилей. Продолжается интеграция с картами 2ГИС, реализуемая в рамках программы по улучшению механизмов навигации.

Несмотря на негативное влияние пандемии и стремительный рост в 2020 году, Ситимобилу удалось несколько сократить долю убытков по EBITDA в процентном отношении к валовой выручке за год. В 2021 году компания планирует значительно улучшить удельные показатели.

СП AliExpress Россия (доля Mail.ru Group — 15%)

AliExpress Россия продолжает наращивать масштабы деятельности: месячная аудитория сервиса составляет 29,1 млн пользователей, а дневная — 8,8 млн. Платформа по-прежнему работает над повышением уровня клиентского сервиса и расширением ценностного предложения:

— Число продавцов из России выросло в семь раз за 2020 год и на январь 2021 года превышало 35 тыс.

— Ассортимент товаров, предлагаемых такими продавцами, вырос более чем в 3,6 раза в годовом сопоставлении и превысил 5,5 млн товарных позиций. Общее количество позиций, предлагаемых на маркетплейсе российскими и иностранными поставщиками, превысило 100 млн, а число продавцов составило более 150 тыс.

— Буркхард Биндер, один из основателей и бывший управляющий директор Lamoda, присоединился к команде AliExpress Россия в качестве вице-президента и будет отвечать за развитие локального бизнеса в сфере моды.

— Сервис экспресс-доставки AliExpress Plus, предлагающий доставку от российских поставщиков в течение двух дней, а от китайских — в течение не более 15 дней, смягчил условия возврата товара и отменил соответствующие сборы. На четвертый квартал доля валовой выручки AliExpress Plus выросла до 38%.



EN



компаниякомпания

Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

платформу ВКонтакте 120 тыс. новых покупателей. AliExpress Россия и Mail.ru Group также запустили виртуальные витрины и интеграцию с сервисом рекомендаций «Пuls». **Количество человек, использующих сервисы AliExpress Россия через Одноклассники и ВКонтакте, превысило 8 млн в месяц.**

— AliExpress Россия продолжает развивать первый на рынке сервис трансляций в режиме реального времени. В течение 2020 года охват аудитории трансляций вырос до 50 млн просмотров в приложении AliExpress и более 210 млн просмотров в соцсетях.

— В 2020 году AliExpress Россия привлек более 300 новых ИТ-специалистов, а также обеспечил полную локализацию контакт-центров для российских пользователей и основной части функционала SaaS, связанного с механизмами поиска и рекомендаций.

— Платформа расширила круг доступных российским пользователям способов оплаты, включив в их число Google Pay.

— Маркетплейс расширил географию экспресс-доставки товаров повседневного спроса в регионы, первым среди новых направлений стала Казань.

— В январе 2021 года AliExpress Россия запустил экспресс-доставку товаров российских поставщиков в пункты выдачи, находящиеся в магазинах. Услуга уже доступна в Москве, Санкт-Петербурге, Казани и других крупных городах России и бесплатна для пользователей.

— **Сеть пунктов выдачи заказов (с учетом постаматов) теперь включает 18 тыс. точек.** Компания Cainiao, основной логистический партнер AliExpress Россия, с июня 2020 года вложила 1,7 млрд руб. в развитие сети пунктов выдачи в России, в том числе в установку более 2 тыс. постаматов для обслуживания заказов маркетплейса. Компания также открыла восемь новых складских комплексов, в результате чего обработка заказов через Cainiao стала доступна российским поставщикам в более чем 800 точках. «Почта России» и Cainiao провели интеграцию и улучшили систему обмена данными для повышения качества отслеживания заказов и снижения числа недоставленных заказов AliExpress Россия.

Стратегическими приоритетами AliExpress Россия на 2021 год остаются сокращение сроков международной доставки, а также дальнейшее масштабирование российского маркетплейса и проектов в сфере социальной коммерции. Также планируется увеличение доли российских товаров в общей выручке до 50% в течение ближайших нескольких лет. На настоящий момент этот показатель составляет 25%.

1 октября Mail.ru Group осуществила дополнительный платеж в пользу СП «AliExpress Россия» в размере 82 млн долл. США в соответствии с оригинальными условиями сделки, согласованными в 2019 году. Согласно этим условиям, общий денежный взнос



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса<https://corp.mail.ru/en/press/releases/10836>

Контакты

Конференция и трансляция

Руководство компании проведет телеконференцию с сессией вопросов и ответов для аналитиков и инвесторов в тот же день в 16:00 по московскому времени / 13:00 по британскому времени / 08:00 по нью-йоркскому времени.

Данные для участия в конференции:

Дата: 4 марта 2021 года, четверг

Время: 16:00 (Москва), 13:00 (Лондон), 8:00 (Нью-Йорк)

Номера для участников (с возможностью задать вопросы*):

Великобритания:	+44 (0)330 336 9411 (для местной связи) / 0800 279 7204 (бесплатно)
Россия:	+7 495 646 9190 (для местной связи) / 8 10 8002 8675011 (бесплатно)
США:	+1 929 477 0324 (для местной связи) / 800 458 4121 (бесплатно)

Код подтверждения: 3383686

Веб (с возможностью слушать телеконференцию и видеть информационные материалы):

<https://www.webcast-eqs.com/mailru20210304>

*Мы рекомендуем подключиться к телеконференции не менее чем за пять минут до ее начала.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Контакты для инвесторов:

Татьяна Волочкович



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты

Контакты для прессы:

Сергей Лучин

Моб.: +7 (915) 223-35-71

Email: s.luchin@corp.mail.ru

Поделиться





EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты



EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты



EN

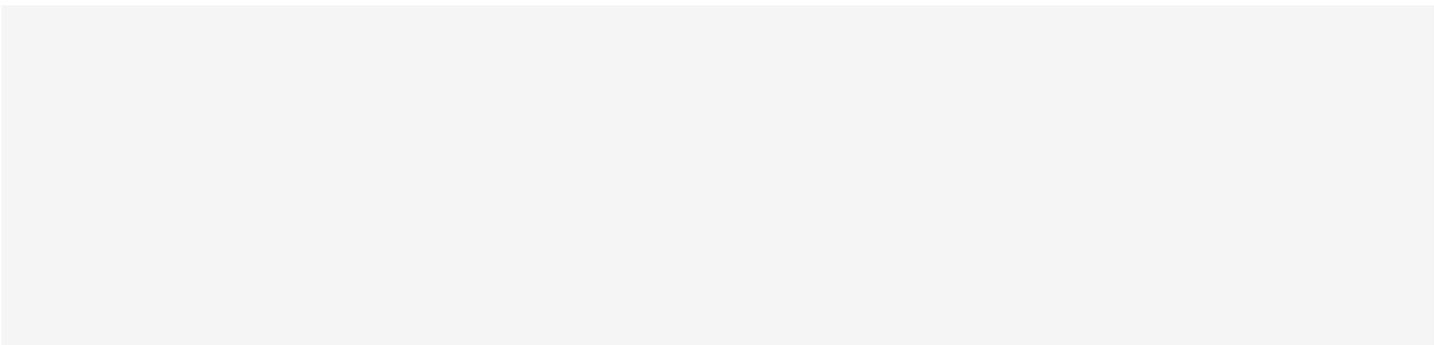


Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты





EN



Образование

Проекты

Для
бизнеса

Контакты