

Глава 3. Отчет совета директоров за 2013 год

3.1 Финансовые результаты

В 2013 году консолидированная выручка РБК составила 5,59 млрд рублей, по сравнению с 2012 годом данный показатель увеличился на 5%. В структуре выручки по состоянию на конец года доходы интернет-направления занимают 48%, направления регистрации доменов и хостинга - 27%, а телевидения и сегмента печатных изданий – 18% и 7% соответственно. За 2013 год операционные расходы РБК выросли на 21% до 5,58 млрд рублей. Показатель EBITDA по итогам года составил 12 млн рублей.

Финансовые результаты компании за 2013 год⁴

Млн рублей	2013	2012	Изм.
Выручка	5 591	5 070	10%
Интернет	2 689	2 638	2%
Реклама	2 293	2 233	3%
Сервисы	396	405	-2%
Домены и хостинг	1 534	1 169	31%
Телевидение	999	846	18%
Деловая пресса	369	417	-12%
Операционные расходы	5 579	4 597	21%
ЕБИТДА	12	473	-97%

За 2013 год выручка РБК в интернет-сегменте составила 2,69 млрд рублей, увеличившись на 2% по сравнению с 2012 годом. Основным фактором роста стала высокая заполняемость ключевых рекламных позиций на деловых ресурсах, а также реализация специальных рекламных проектов на деловых интернет-площадках, что позволило нивелировать отрицательную динамику годового роста выручки первой половины года. Снижение доходов от сервисов связано с реструктуризацией неделового интернета РБК. В рамках данного процесса происходит подготовка части проектов к продаже или вхождению партнеров для дальнейшего развития, а также оптимизация управленческой структуры направления.

Выручка РБК по направлению домены и хостинг увеличилась в 2013 году на 31% до 1,53 млрд рублей за счет эффекта от вхождения компании RU-CENTER, органического роста доходов от оказываемых услуг, а также консолидации результатов регистратора доменных имен Reggi, приобретенного в ноябре 2013 года.

⁴ Управленческая отчетность, без учета финансовых результатов платежной системы RBK Money (продана в 2012 году) и ИД «Салон-Пресс» (продан в 2013 году).

Выручка телеканала РБК в отчетном году достигла 999 млн рублей, что на 18% выше аналогичного показателя 2012 года. Расширение рекламных возможностей за счет обновления сетки вещания, запуска новых телевизионных проектов и внедрения программного обеспечения для создания 3D и 4D графики обеспечило высокую заполняемость эфирного времени рекламой в 2013 году.

По итогам 2013 года выручка деловых печатных изданий РБК за год сократилась на 12% до 369 млн рублей. Снижение выручки произошло из-за влияния на сегмент таких факторов, как рост интереса рекламодателей к рекламе в интернете, а также введение законодательных ограничений на рекламу алкогольной продукции (запрет на рекламу в печатных СМИ вступил в силу с начала 2013 года). Тем не менее, РБК удалось частично компенсировать потери за счет бюджетов других категорий рекламодателей, в первую очередь, за счет роста бюджетов клиентов из сегментов люксов и недвижимости на фоне укрепления рейтингов аудитории в течение года.

3.2 Операционные результаты

Интернет

Прошедший год РБК начал с реализации масштабной кампании по ребрендингу всех контентных медиапроектов. Изменения коснулись самого бренда, который оставался неизменным в течение почти 20 лет, а также фирменного стиля всей группы компаний РБК. Ребрендинг predetermined основную фокус работы по развитию медиаплощадок в первой половине года. При этом Компания не ограничивалась исключительно визуальным обновлением проектов, но и уделяла внимание расширению информационного содержания, внедрению современных подходов подачи информации, повышению удобства использования. В результате проведенных изменений, РБК усилил позиционирование своих проектов с учетом потребностей целевой аудитории, но при этом концепция медиаплощадок не претерпела кардинальных изменений.

В отчетном периоде работа над усовершенствованием коснулась всех тематических интернет-проектов, ориентированных на деловую аудиторию. Наиболее существенные изменения в 2013 году произошли в контентных разделах портала Rbc.ru - Realty.rbc.ru, Travel.rbc.ru, а также на сайте об автомобилях Autonews.ru. Аудиторные показатели и качественные характеристики посещаемости тематических сайтов РБК подтверждают, что аудитория положительно приняла обновленные версии сайтов. Положительные изменения были отмечены также и профессионалами тематических сообществ. Так, проект РБК.Недвижимость (Realty.rbc.ru) в 2013 году был признан победителем VII Ежегодного международного открытого конкурса сайтов рынка недвижимости WEB-Realtor-2013 (Санкт-Петербург) в номинации «Лучший интернет-портал по освещению рынка недвижимости», а также получил звание «Лучшего СМИ» ежегодной премии Russian Real Estate Forum (REEF) Awards-2013 за достижения в освещении рынка жилищного строительства.

Параллельно с обновлением сайтов РБК прилагал усилия для укрепления своих позиций в сегменте мобильного интернета. В мае было выпущено новое мобильное приложение «РБК Новости» для смартфонов и планшетов на базе iOS и Android. Преимуществом «РБК Новости» является наличие в одном приложении контента информационного агентства РБК, газеты РБК daily и телеканала РБК, включая трансляции программ в прямом эфире. Основными нововведениями стали современный дизайн и функциональный интерфейс, дополненные рядом возможностей. Так, пользователям стали доступны виджеты – погода, биржевые котировки, часовые пояса – которые могут быть настроены под нужды конкретного пользователя.

РБК продолжил развитие локальных версий портала Rbc.ru. В отчетном году были запущены региональные версии в Волгограде, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Краснодарском крае, Пермском крае, Республике Башкортостан и Республике Татарстан. В отличие от первой локальной версии Rbc.ru, запущенной в ноябре 2012 года в Санкт-Петербурге собственными силами команды РБК, региональные проекты, запущенные в 2013 году, функционируют по модели франчайзинга. Данная модель предполагает участие регионального партнера, который осуществляет добавление региональных новостей в ленту Rbc.ru и продажу рекламы, таргетированной на определенный регион, а также берет на себя обязанность по увеличению посещаемости локального сайта. В свою очередь, РБК осуществляет редакционный контроль над публикуемыми материалами и управление рекламными размещениями.

Совокупная аудитория интернет-проектов РБК в декабре составила 47,4 млн пользователей, по данным TNS.

В сентябре в офисе Компании в Москве был открыт пресс-центр РБК. Пресс-центр РБК успешно работает с 1998 года, и в преддверии ребрендинга было принято решение радикально обновить проект. Новый комплекс пресс-центра имеет два зала, оснащенные современным мультимедийным оборудованием, с возможностью проведения мероприятий разных форматов с телевизионной и интернет-трансляцией. Пресс-центр РБК предлагает широкие возможности по проведению мероприятий таких форматов как пресс-конференции, круглые столы, презентации, онлайн-конференции, бизнес-встречи. Также был запущен сайт пресс-центра Presscentr.rbc.ru.

Телевидение

В 2013 году продолжилась работа над модернизацией канала РБК и приведением его к новостному вещанию в режиме реального времени. На телеканале была создана единая новостная служба, благодаря которой контент формируется в зависимости от степени важности происходящих событий, а сетка меняется оперативно. В результате, выросла скорость подачи деловых новостей и информации. В течение отчетного года сетка вещания будних дней канала была расширена за счет запуска новых циклов передач. Сетка выходного дня была полностью обновлена за счет увеличения доли развлекательного контента. Помимо этого, дневной эфир канала был частично реорганизован для того, чтобы сделать его более удобным, в том числе для

офисного просмотра без звука за счет инфографики и информационных титров. Усилия команды телеканала в 2013 году также были направлены на развитие дистрибуции канала: расширение охвата в России и СНГ, установка ЖК-панелей в бизнес-центрах России, открытие удаленных студий. Так, в марте был открыт собственный корреспондентский пункт канала РБК в Нью-Йорке, а в октябре - удаленная студия в Санкт-Петербурге.

Важным событием отчетного года стало заключение договора о сотрудничестве канала РБК и Оргкомитетом «Сочи 2014». В результате, телеканал РБК стал генеральным партнером и официальным вещателем XI Паралимпийских зимних игр в Сочи.

Среднемесячный охват аудитории канала РБК в России увеличился за год на 11% до 22,6 млн зрителей в декабре, согласно статистике TNS. При этом в среднем в течение дня канал в конце года смотрели 3,2 млн зрителей, это на 22% больше аналогичного показателя прошлого года.

Печатные издания

В 2013 году в газете «РБК daily» увеличилась частота выхода отраслевых тематических приложений, запущено пятничное приложение Lifestyle, а также появились регулярные рубрики о спорте и недвижимости. Помимо этого изменена редакционная политика газеты, которая предусматривает первостепенное значение онлайн-версии издания. В журнале «РБК» был обновлен дизайн, а также изменена редакционная политика.

В 2013 году газета «РБК daily» укрепила свои позиции в качестве второго по численности аудитории ежедневного делового печатного издания и как крупнейшая деловая газета в интернете. Журнал РБК подтвердил статус лидера деловой прессы столицы и второго по популярности бизнес-издания в России. По данным исследования TNS, проведенного за период с сентября 2013 года по февраль 2014 года, средняя численность одного номера газеты в Москве составляет 90,4 тыс человек. Суточная аудитория сайта Rbcdaily.ru в России в будни в декабре 2013 года, по данным TNS, составила 241,3 тыс человек. Средняя численность аудитории одного номера журнала в России за период с сентября 2013 года по февраль 2014 года, по данным TNS, составила 993,5 тыс человек. Средняя численность аудитории в Москве за тот же период, по данным TNS, составила 374,2 тыс человек.

В прошедшем году структура портфеля активов РБК в сегменте печатных изданий была оптимизирована в соответствии со стратегией Компании по укреплению позиций в сегменте деловой информации. В сентябре РБК объявил о достижении договоренности с издательским домом «Бурда» о продаже бизнеса ИД «Салон-Пресс», специализирующегося на выпуске журналов интерьерной тематики. Сделка была закрыта в четвертом квартале 2013 года.

Обновление дизайна медиаплощадок расширило рекламные возможности РБК за счет появления дополнительных рекламных мест и изменения форматов рекламных макетов, а также позволило

Компании реализовать крупные креативные рекламные кампании и ряд мультимедийных партнерских проектов.

Домены и хостинг

По направлению регистрации доменов и услуг хостинга в течение 2013 года продолжилась работа над запуском новых продуктов. В июле компания RU-CENTER заключил эксклюзивное соглашение с компанией My-apps.com, занимающейся созданием мобильных приложений. По этому соглашению RU-CENTER стал единственным в России регистратором, предоставляющим услуги создания собственных приложений для мобильных платформ по уникальной технологии Instant-apps, разработанной My-apps.com. Кроме того, в отчетном году были введены услуга размещения DNS-записей на «облачной» платформе для повышения надежности серверов при работе на пиковых нагрузках, а также защиты клиентов от DDoS-атак, услуга аренды серверов за рубежом (во Франции и США) для компаний, ориентированных на европейских и американских пользователей. Также в четвертом квартале была проведена масштабная работа по подготовке к запуску услуги VDS-хостинга, предназначенного для размещения крупных корпоративных сайтов, хранения больших объемов информации и тестирования приложений для различных операционных систем.

В рамках стратегии по расширению клиентской базы в начале июля Hosting Community объявила о вхождении в сделку по приобретению 100% ООО «Регги Бизнес», оказывающего услуги под маркой Reggi.ru. Сделка была закрыта в октябре. Компания стала третьим ICANN-аккредитованным регистратором в составе группы и шестой компанией, предоставляющей услуги хостинга. Новый актив позволит Hosting Community занять дополнительные рыночные ниши.

По состоянию на ноябрь 2013 года, по оценке Hosting Community, доля группы на рынке доменных имен в национальных зонах России составляли: .RU – 47,7%, .РФ – 53,7%, .SU – 63,2%. На рынке хостинговых услуг Hosting Community занимает 26,3% рынка, без учета иностранных хостинг-провайдеров и небольших веб-студий, которые оказывают услуги по размещению сайтов на собственном оборудовании.