«Стратегия развития экосистемы дополняющих друг друга сервисов верна и экономически эффективна»

Алексей КУЗНЕЦОВ,
директор департамента
по инвестициям, DANYCOM.Global

В конце июля 2019 года состоялось размещение облигаций дебютного выпуска ООО «ДЭНИ КОЛЛ» со штаб-квартирой в Краснодаре (работает под брендом DANYCOM.Global). Первоначально заявленный объем выпуска составлял 500 млн рублей, однако в связи с повышенным спросом на бонды компании он был увеличен до 1 млрд рублей. «Размещение всего облигационного выпуска на Московской бирже заняло менее одной недели — только в первый день нам поступило 72 заявки почти на 500 млн рублей», — напоминает директор департамента по инвестициям DANYCOM. Global Алексей Кузнецов. В интервью Cbonds Review он рассказал о целях выхода на рынок публичных заимствований, финансовых результатах работы компании, европейской экспансии бренда DANYCOM.

— Какова структура инвесторов дебютного выпуска DANYCOM.Global? Насколько она совпала с вашими ожиданиями?

— Структура инвесторов практически полностью совпала не только с нашими ожиданиями, но и с ориентировками организаторов выпуска. Более двух третей выпуска выкупили институциональные инвесторы, среди которых присутствуют и кредитные организации. Остальные облигации приобрели частные инвесторы и физические лица.

— Каковы, по вашему мнению, основные мотивы, побудившие инвесторов вложиться в облигации DANYCOM?

— Мы идем в ногу со временем и предлагаем современные комплексные решения. За короткий срок компания вошла в тройку крупнейших SMS-агрегаторов в России и приступила к экспансии на международных рынках (9 стран локального присутствия). Сегодня нашу платформу используют более 84 тыс. бизнес-клиентов по всему миру, мы об-

рабатываем более 15 млрд SMS в год со скоростью 4 тыс. SMS в секунду.

Так, наша доля в отечественном A2P SMS-трафике (application to person, система сообщений от приложения пользователю) составляет около 20%, а в глобальном мировом — около 1%. Выручка компании в 2018 году выросла более чем в два раза — с 14.9 млрд рублей до 30.2 млрд рублей.

В сентябре 2019 года Московская биржа отнесла облигации нашей компании к ценным бумагам высокотехнологичного сектора экономики, а рейтинговое агентство «Эксперт РА» присвоило национальный долгосрочный кредитный рейтинг на уровне ruBB+, прогноз по рейтингу — стабильный.

И конечно, мы выполняем взятые на себя обязательства: 22 октября 2019 года был выплачен первый купон по трехлетним облигациям — 33.66 млн рублей, или 33.66 рубля на одну облигацию номиналом 1000 рублей.

— Каковы особенности размещения облигаций высокотехнологичной компании, каковой является DANYCOM.Global?

— В первую очередь особенности заключаются в оценке бизнеса, бизнес-модели деятельности компании и «цифровых активов». Финансовая отчетность составляется по российским, а также международным стандартам по группе компаний, куда входит эмитент ООО «ДЭНИ КОЛЛ».

— С какими нюансами сталкивается региональная компания, размещая свои ценные бумаги на Московской бирже?

— В регионах, к сожалению, незначительное количество специализированных компаний способно предоставлять услуги организатора и андеррайтера при размещении биржевых облигаций, предлагать параметры выпусков, консультировать эмитентов в рамках подготовки эмиссионных документов.

— Как вы оцениваете трудоемкость выхода на рынок публичных заимствований?

— Трудности с выходом на рынок публичных заимствований условны и связаны прежде всего с затратами на дебютный выпуск и соответствием действий компании требованиям регулятора и организатора торгов. Здесь следует также учитывать расходы на привлечение компаний, организовавших не один облигационный заем и сопровождающих наш статус «публичности». В дебютном выпуске мы нашли оптимальный баланс в соотношении затрат на выпуск и качества сопровождения.

— С какой позиции вы подходили к выбору организатора займа?

— Мы искали опытных организаторов облигационных займов и остановили выбор на компаниях «Бондибокс» и BCS Global Markets. Совместно с этими компаниями мы наметили стратегию деятельности на бирже, приняли решение выходить в сегмент высокодоходных облигаций и постепенно двигаться в первый эшелон.

В ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПЛАНЫ ВХОДИТ IPO НА РОССИЙСКОЙ БИРЖЕ, А ТАКЖЕ НА ЗАРУБЕЖНЫХ ПЛОЩАДКАХ, ТАКИХ КАК NASDAQ

— Почему вы вообще решили выходить на рынок публичных заимствований? Какие цели преследует компания?

— Выходом на рынок публичных заимствований мы хотим решить несколько задач. В первую очередь это уход из сложных и субъективных отношений «кредитор — заемщик» с конкретной кредитной организацией. Во вторую очередь это презентация компании одновременно и для пула кредиторов, и для инвесторов с формированием публичной кредитной истории. Краткосрочные и среднесрочные цели связаны с получением кредитного рейтинга от одной из ведущих международных компаний из Big3 и организацией целевых облигационных выпусков под проекты развития. В долгосрочные планы входит IPO на российской бирже, а также на зарубежных площадках, таких как NASDAQ.

— Как вы определяли для себя приемлемый уровень ставки купона?

— Ставка ежеквартальных купонов с 1-го по 6-й биржевых облигаций установлена в размере 13.5% годовых. Срок их обращения — три года. При этом предусмотрена возможность досрочного выкупа облигаций эмитентом по требованию владельцев через полтора года обращения. Ставку первого купона мы определяли в соответствии с рекомендациями организатора, который проводил работу с ключевыми инвесторами, исследовал настроения и конъюнктуру рынка.

— Есть ли у вас планы по поддержке вторичного рынка?

— Из-за того что выпуск дебютный и спрогнозировать его ликвидность было сложно, наша компания заключила договоры на поддержание цен на облигации эмитента с компанией BCS Global Markets. Можно сказать, что таким образом мы подстраховались, так как и без участия маркет-мейкера наши биржевые облигации показывают хорошую ликвидность.

— Какие результаты демонстрирует бизнес DANYCOM. Global? Каких результатов ожидаете по итогам 2019 года?

— За 9 месяцев 2019 года выручка по группе компаний DANYCOM составила почти 27.5 млрд рублей, что на 7 млрд рублей больше, нежели за аналогичный период прошлого года. Российская часть нашего телеком-холдинга демонстрирует существенный рост прибыли. Это еще раз подтверждает, что бизнес-стратегия создания и развития экосистемы дополняющих друг друга сервисов верна и экономически эффективна.

Если говорить о натуральных показателях, то в январе 2019 года услугами мобильного оператора DANYCOM.Mobile пользовались 93 тыс. абонентов в 23 регионах РФ, а в конце сентября — уже более 300 тыс. человек в 53 субъектах федерации. Только за 9 месяцев 2019 года наша платформа агрегировала более 15 млрд SMS-сообщений, что на 70% больше аналогичного периода прошлого года. До конца 2019 года мы планируем приблизиться к отметке в 20 млрд SMS в год.

— На какие цели были направлены средства, полученные в результате дебютного выпуска облигаций?

— Средства от размещения направлены на увеличение доли зарубежного рынка SMS-агрегации, выход на европейский рынок мобильной связи и расширение регионов присутствия оператора DANYCOM.Mobile в России. В дальнейшем мы планируем как самостоятельно получать соответствующие лицензии на предоставление услуг связи, так и приобретать иностранные компании. Таким образом, масштабируется бизнес-модель, показавшая свою эффективность в России.

Кроме того, мы ежегодно инвестируем около 2 млрд рублей в поддержание и развитие собственной технологической платформы. В основном это разработка мобильного серверного ПО и приобретение вычислительных мощностей.

— Каковы финансовые прогнозы в этом и следующем году?

— К концу 2019 года мы ожидаем выручку в размере 40 млрд рублей. К концу 2020 года — около 60.5 млрд рублей.

К КОНЦУ 2019 ГОДА МЫ ОЖИДАЕМ ВЫРУЧКУ В РАЗМЕРЕ 40 МЛРД РУБЛЕЙ. К КОНЦУ 2020 ГОДА — ОКОЛО 60.5 МЛРД РУБЛЕЙ

— Какие тенденции на рынках, на которых работает DANYCOM.Global, являются определяющими для вашего бизнеса?

— Если говорить об SMS-агрегации, сейчас этот рынок претерпевает изменения. До конца 2019 года Google, который уходит от устаревшего протокола SMS, готовится презентовать новый стандарт обмена сообщениями — RCS (Rich Communication Services) и провести апгрейд Android Messages. Сервис должен вобрать все лучшее от уже существующих мессенджеров: WhatsApp, Viber, Facebook Messages. Новый стандарт обеспечит рассылку не только текстов, но и картинок, видео. Это значит, что от перемен выиграют только те компании, которые готовы к запуску RCS на своих платформах. Мы относимся к их числу и ожидаем поддержку данного формата операторами связи.

Наше мобильное направление DANYCOM.Mobile — это современный оператор связи, поэтому мы ориентированы на digital. Уже сейчас большая часть наших абонентов (как физические, так и юридические лица) подключаются к мобильным услугам удаленно через Интернет, не выходя из офиса или дома. С июня 2019 года каждый желающий может самостоятельно пройти идентификацию в режиме реального времени на нашем сайте, используя Единую систему идентификации и аутентификации (ЕСИА). Ею уже воспользовались более 60% абонентов, около 40% предпочли пройти регистрацию в сети DANYCOM.Mobile, предоставляя документы при доставке SIM-карт или загружая скан-копии в «Личном кабинете».

Что касается глобального ИТ-тренда, мы уверены, что будущее за цифровыми экосистемами сервисов. Поэтому обновляем существующую платформу DANYCOM.SMS и уже в начале 2020 года запустим международную телекоммуникационную платформу DANYCOMO, которая ориентирована как на B2B-, так и на B2C-сегменты. Здесь будут объединены и представлены все услуги цифровых коммуникаций: мобильная связь, все виды SMS-рассылок (информационные, транзакционные, рекламные), E-mail-рассылки, Push-уведомления, IM-сообщения (Instant messaging, система мгновенного обмена сообщениями), каскадные рассылки в мессенджеры: Viber, Watsapp и другие, а также реализованы HLR-запросы (Home Location Register, централизованная база хранения данных). Кроме того, доступна детальная настройка таргетинга на основе использования big data.

— Как вы формулируете критерии успешности своей европейской экспансии?

— Для начала следует объяснить, почему мы идем в Европу. Для нас это в первую очередь дешевый роуминг. A2P SMS в Европе в пять раз дороже, чем в России; маржинальность составляет 10% и 2–8% соответственно. Высокая стоимость A2P SMS в Европе обусловлена жестким законодательством. Стоит учитывать, что SMS — это не только рекламные сообщения, но и лидогенерация в ее привычном виде. Мы можем не просто брать деньги за SMS, но и помогать продавать, поставлять лиды.

Что касается планов, то в конце 2019-го — начале 2020 года рассчитываем стартовать в четырех странах: Испании, Эстонии, Польше и Италии. В планах на конец 2020 года — Бельгия, Великобритания, Франция и Чехия.

— Планируете ли новые выпуски? Если да, в каком объеме?

— Новые целевые выпуски под проекты развития компании, конечно, планируем. Однако говорить об их параметрах рано. Пока мы получаем обратную связь и анализируем параметры обращения нашего дебютного выпуска.