



VK Company Limited представляет неаудированную отчетность за первый квартал 2022 года

28 апреля 2022 г. VK Company Limited (LSE, MOEX: VKCO, далее «VK» или «компания») публикует неаудированную отчетность в соответствии со стандартами МСФО и сегментные финансовые данные за первый квартал, завершившийся 31 марта 2022 года.

Основные показатели*

Первый квартал 2022 года:

- Общая скорректированная выручка компании за первый квартал 2022 года выросла на 9% год к году и составила 30 902 млн рублей. Общая выручка по МСФО выросла на 10% год к году — до 30 577 млн рублей
- Общая скорректированная EBITDA компании за первый квартал 2022 года сократилась на 51% год к году — до 2 961 млн рублей
- Общий скорректированный чистый убыток компании за первый квартал 2022 года составил (7 370 млн) рублей, против (998 млн) рублей общего скорректированного чистого убытка за первый квартал 2021 года. Этот показатель включает результаты ключевых стратегических ассоциированных компаний и совместных предприятий:
 - СП «O2O»: (5 104 млн) рублей в первом квартале 2022 года против (3 313 млн) рублей в первом квартале 2021 года, в том числе (1 763 млн) рублей от Ситимобила в первом квартале 2022 года против (1 278 млн) рублей в первом квартале 2021 года;
 - СП AliExpress Россия: (828 млн) рублей в первом квартале 2022 года против (478 млн) рублей в первом квартале 2021 года;
 - Учи.ру: 37 млн рублей в первом квартале 2022 года против 46 млн рублей в первом квартале 2021 года;
 - Умскул: 69 млн рублей в первом квартале 2022 года (компания приобрела 25-процентную долю в активе в октябре 2021 года).
- Общий чистый убыток компании по МСФО за первый квартал 2022 года составил (54 907 млн) рублей, против (2 457 млн) рублей общего чистого убытка по МСФО за первый квартал 2021 года. Этот показатель включает результаты ключевых стратегических ассоциированных компаний и совместных предприятий:
 - СП «O2O»: (9 301 млн) рублей в первом квартале 2022 года против (3 495) млн рублей в первом квартале 2021 года, в том числе (5 365 млн) рублей от Ситимобила в первом квартале 2022 года против (1 278 млн) рублей в первом квартале 2021 года;
 - СП AliExpress Россия: (1 228 млн) рублей в первом квартале 2022 года против (641 млн) рублей в первом квартале 2021 года;
 - Учи.ру: (34 млн) рублей в первом квартале 2022 года против 46 млн рублей в первом квартале 2021 года;
 - Умскул: 36 млн рублей в первом квартале 2022 года (компания приобрела 25-процентную долю в активе в октябре 2021 года).



Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Скорр. выручка	28 290	30 902	9%
Выручка	27 735	30 577	10%
Скорр. EBITDA	6 071	2 961	-51%
Скорр. убыток	(998)	(7 370)	
Чистый убыток	(2 457)	(54 907)	

**Настоящий пресс-релиз представляет скорректированную выручку, скорректированный показатель EBITDA, скорректированную чистую прибыль/убыток, которые не являются финансовыми показателями МСФО.*

Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка от интернет-рекламы	10 471	11 106	6%
<i>Корректировки:</i>			
Выручка от бартера		(15)	
Интернет-реклама – скорр. выручка	10 471	11 091	6%
Выручка от MMO-игр	9 399	9 506	1%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	25	487	
Скорр. выручка от MMO-игр	9 424	9 993	6%
Выручка Community IVAS	4 359	4 893	12%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	118	(25)	
Скорр. выручка Community IVAS	4 477	4 868	9%
Выручка сегмента «Образовательные технологии»	1 740	2 822	62%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	412	(113)	
Скорр. выручка сегмента «Образовательные технологии»	2 152	2 709	26%
Прочая выручка	1 766	2 250	27%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки		(9)	
Скорр. прочая выручка	1 766	2 241	27%



Чистый долг VK без учета обязательств по аренде на конец марта составил 54 387 млн рублей (70 689 млн рублей с учетом арендных обязательств). По состоянию на конец марта отношение чистого долга к скорректированной EBITDA за последние 12 месяцев составило 2,46.

В связи с продолжающейся приостановкой торгов ГДР VK на Лондонской фондовой бирже произошло «Событие Делистинга» конвертируемых облигаций VK. Компания вместе с назначенными советниками работает над предложением для держателей облигаций для разрешения вопросов по «Событию Делистинга» облигаций и поиска альтернатив реализации права предъявления их к погашению.

Компания также объявила о ряде изменений в составе Совета директоров и руководящем составе, которые произошли с начала года. Совет директоров был расширен за счет членов российского научного сообщества. Также был назначен ряд руководителей в составе управленческой команды в таких областях, как искусственный интеллект, информационная безопасность, инвестиции и развитие бизнеса, маркетинг и других. В VK также появилась позиция менеджера по устойчивому развитию, что отражает растущий фокус компании на повестке ESG.

Учитывая сохраняющийся высокий уровень неопределенности, на данном этапе компания воздерживается от прогнозов. Компания не будет проводить звонок по итогам деятельности, однако VK приветствует любые запросы от заинтересованных сторон через контакты для связей с инвесторами, указанные ниже, а также остается открытой для запросов на индивидуальные звонки.

Для повышения качества нашей отчетности начиная с результатов за первый квартал 2022 года мы преобразовали совокупную финансовую информацию по сегментам, которая ранее предоставлялась в формате отчетности лица, ответственного за операционные решения (CODM). В дополнение к раскрытию информации в соответствии с МСФО мы будем раскрывать скорректированные показатели, которые используются в процессе принятия управленческих решений, с четким переходом между результатами, основанными на МСФО, и скорректированными показателями, в том числе в рамках раскрытия информации по сегментам.

В 2022 году компания изменила подход к распределению расходов на корпоративные сервисы. Предыдущий период (2021 год) был пересчитан с учетом этого. Справочный файл по предыдущим периодам доступен на сайте VK: <https://vk.company/ru/investors/materials/>. Компания проанализировала функциональность ключевых сервисов и определила соответствующие факторы распределения расходов на каждый из них. Ранее компания применяла единый фактор распределения для всех подобных расходов на основании доли каждого сегмента в прямых затратах.



Основные показатели по сегментам

Сегмент «Социальные сети и коммуникационные сервисы»

Скорректированная выручка сегмента выросла на 9% в годовом исчислении до 14,6 млрд рублей в первом квартале 2022 года, при этом выручка от рекламы и пользовательских платежей за социальные сервисы (Community IVAS) являются крупнейшими компонентами выручки. Выручка сегмента по МСФО выросла на 10% год к году до 14,6 млрд рублей в первом квартале 2022 года. Скорректированная EBITDA снизилась на 13% год к году до 4,9 млрд рублей в первом квартале (при рентабельности в 34% против 42% год назад) в связи с возросшими затратами на персонал и инвестициями в музыкальный контент.

Показатели сегмента «Социальные сети и коммуникационные сервисы» – первый квартал 2022 года

Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка	13 301	14 644	10%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	117	(34)	
Скорректированная выручка	13 418	14 610	9%
Внешняя выручка	13 362	14 577	
Межсегментная выручка	56	33	
Совокупные операционные расходы	(7 804)	(9 701)	24%
Скорректированная EBITDA	5 614	4 909	-13%
<i>Скорр. рентабельность по EBITDA, %</i>	<i>42%</i>	<i>34%</i>	<i>-8 п.п.</i>

ВКонтакте

ВКонтакте сохраняет лидирующую позицию среди социальных сетей в России: в первом квартале ее средняя месячная аудитория составила 73,4 млн пользователей (+1,3% год к году), а средняя дневная аудитория достигла 47,2 млн. В марте было отмечено несколько новых рекордов, в том числе показатель месячной активной аудитории в России в размере 75,8 млн, пиковая дневная активная аудитория в России в 50 млн, а также месячная активная аудитория в мире, которая впервые превысила 100 млн (100,4 млн, +2,4% год к году). По состоянию на март время, проводимое в мобильной версии ВКонтакте, составляло 44,2 минуты в день, при этом для самой активной группы в возрасте от 12 до 24 лет данный показатель достигал 57,1 минуты в день*.

Количество приложений на платформе VK Mini Apps выросло на 43% в годовом исчислении в марте и составило 42 000, при этом средняя месячная активная аудитория в первом квартале составила 41,8 млн (+8,4% год к году). Выручка от рекламы в мини-приложениях и играх на платформе VK Mini Apps в первом квартале выросла на 89% в годовом исчислении.



Сервис VK Видео (запущен в октябре 2021 года) в марте достиг рекордного уровня в 2,45 миллиарда просмотров в день, при этом в первом квартале средний показатель ежедневных просмотров составил 2,11 миллиарда. В марте VK Видео масштабировали на Smart TV. Наблюдался рост просмотров видео и в самой социальной сети ВКонтакте: в первом квартале среднесуточное количество просмотров составило 957 млн (+20% год к году), а в марте оно достигло пика в более 1,3 млрд просмотров.

ВКонтакте наблюдает рост создания и потребления контента в России. В марте количество созданных сообществ увеличилось на 68% по сравнению с тем же периодом предыдущего года, а число подтвержденных запросов на добавление в друзья было на 30% выше, чем годом ранее. Количество новых зарегистрированных пользователей также выросло на 63% год к году, а количество просмотров новостной ленты увеличилось на 16% в годовом исчислении.

Создатели контента, использующие VK Donut, заработали более 67 млн рублей в первом квартале (+25% к 4 кв. 2021 года), при этом количество публичных страниц, использующих VK Donut, выросло в 1,6 раза год к году, а подписчиков-спонсоров в первом квартале стало вдвое больше, чем год назад.

Общее количество активных бизнесов ВКонтакте в марте достигло 2,4 млн.

** Источник: Mediascope, март 2022 года, Россия (все города, возраст 12+), мобильное приложение*

Одноклассники (ОК)

Средняя месячная активная аудитория ОК в России в первом квартале составила 38 млн. Аудитория демонстрирует высокую вовлеченность: за квартал было отправлено более 8,9 млрд виртуальных подарков, 580 млн открыток и 545 млн стикеров. Количество новых регистраций пользователей в марте выросло на 17,8% год к году, а количество восстановленных профилей выросло на 30,5% год к году в особенности благодаря пользователям в возрастной группе 25-45 лет, при этом вовлеченность новых пользователей была выше средней.

Средняя месячная активная аудитория сервиса «Моменты» достигла 28,5 млн в марте (рост в 1,7 раза год к году). Количество просмотров составило 450 млн (рост в 2,2 раза год к году), а количество реакций – 41 млн (рост в 2 раза год к году) в первом квартале.

Выплаты разработчикам игр за рекламу в их проектах в первом квартале выросли в 2,2 раза в годовом исчислении.

Пульс и Relap (рекомендательные платформы)

В первом квартале дневная активная аудитория сервиса Пульс составила 7,6 млн (+32% год к году), а месячная активная аудитория достигла 86,8 млн (+40% год к году). Дневная активная аудитория Relap в первом квартале составила 7,4 млн (+0,1% год к году), а месячная активная аудитория — 100 млн (+0,3% год к году). Совокупная скорректированная выручка в первом квартале достигла 559 млн рублей (+224% год к году). Время, проводимое активным пользователем в сервисе, увеличилось на 17% по сравнению с прошлым годом и составило 13,5 минуты.



Сегмент «Игры» (представлен брендом MY.GAMES)

Скорректированная выручка MY.GAMES (с учетом отложенной выручки) увеличилась на 5,3% в годовом исчислении до 11,5 млрд рублей. Около 94% скорректированной выручки в первом квартале пришлось на F2P-игры, при этом доля мобильного сегмента составила 76% от общего объема (против 78% в первом квартале 2021 года).

Скорректированный показатель EBITDA сегмента «Игры» снизился до 0,2 млрд рублей (против 2,1 млрд рублей в первом квартале 2021 года) из-за крупных инвестиций, направленных на привлечение пользователей.

Средняя месячная активная аудитория составила 27,9 млн в первом квартале (+33,6% год к году). Доля платящих пользователей в месяц снизилась до 3,8%, учитывая более широкое распространение гиперказуального жанра.

Показатели Игрового направления – первый квартал 2022 года

Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка	10 925	11 061	1%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	26	474	
Скорректированная выручка	10 951	11 535	5%
Внешняя выручка	10 927	11 498	
Межсегментная выручка	24	37	
Операционные расходы	(8 872)	(11 314)	28%
Скорректированная EBITDA	2 079	221	-89%
<i>Скорр. рентабельность по EBITDA, %</i>	<i>19%</i>	<i>2%</i>	<i>-17п.п.</i>



Сегмент «Образовательные технологии» (представлен Skillbox Holding Limited), в том числе Skillbox, Geekbrains, Skillfactory, Mentorama, Lerna

Скорректированная выручка в первом квартале 2022 года выросла на 27% год к году и составила 2,7 млрд рублей. Выручка сегмента по МСФО выросла на 62% год к году — до 2,8 млрд рублей. Сегмент «Образовательные технологии» в первом квартале показал убыток по скорректированной EBITDA в размере 0,4 млрд рублей, против 0,1 млрд рублей убытка в первом квартале 2021 года. Причиной стало снижение спроса в марте и начисление налогового резерва в первом квартале.

Показатели сегмента «Образовательные технологии» – первый квартал 2022 года

Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка	1 740	2 826	62%
<i>Корректировки:</i>			
Изменение отложенной выручки	412	(100)	
Скорректированная выручка	2 152	2 726	27%
Внешняя выручка	2 152	2 712	
Межсегментная выручка	-	14	
Операционные расходы	(2 276)	(3 151)	38%
Скорректированная EBITDA	(124)	(425)	243%
<i>Скорр. рентабельность по EBITDA, %</i>	<i>-6%</i>	<i>-16%</i>	<i>-10 п.п.</i>

По состоянию на конец марта общее количество зарегистрированных учеников на платформах достигло 10,8 млн, что в 1,5 раза больше, чем в предыдущем году, в том числе 0,5 млн новых регистраций добавились в течение первого квартала. Совокупная платящая аудитория приблизилась к 383 000, что в 1,9 раза больше, чем в предыдущем году, при этом в первом квартале к платформам присоединились почти 34 000 новых платящих учеников.



Сегмент «Новые инициативы»

Скорректированная выручка сегмента в первом квартале выросла на 15% и составила 2,1 млрд рублей. Основной вклад в рост сегмента внесли B2B-проекты (в том числе Облако). Скорректированный убыток по EBITDA составил 1,7 млрд рублей (против 1,3 млрд рублей убытка в первом квартале 2021 года), что предполагает рентабельность в -78%.

Показатели сегмента «Новые инициативы» – первый квартал 2022 года

Млн руб.	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка	1 850	2 125	15%
Скорректированная выручка	1 850	2 125	15%
Внешняя выручка	1 849	2 115	
Межсегментная выручка	1	10	
Операционные расходы	(3 117)	(3 786)	21%
Скорректированная EBITDA	(1 267)	(1 661)	31%
<i>Скорр. рентабельность по EBITDA, %</i>	<i>-68%</i>	<i>-78%</i>	<i>-10 п.п.</i>

VK Клипы (короткие видео)

Ежедневные просмотры VK Клипов в первом квартале составили в среднем 471 млн (+111% год к году), а 3 апреля было достигнуто рекордное значение — 1 млрд просмотров за день. В первом квартале создатели контента опубликовали более 4 млн новых клипов (+154% в годовом исчислении). В марте VK Клипы запустили грантовую программу в размере 100 млн рублей для поддержки создателей контента.

Юла (объявления)

Средняя месячная активная аудитория выросла на 27% в годовом исчислении и достигла 42 млн в первом квартале благодаря продолжающемуся развертыванию Объявлений ВКонтакте — 196 000 групп ВКонтакте теперь могут показывать актуальные объявления через Объявления ВКонтакте.

Совместные предприятия

СП «O2O» (равные доли по 45,01% у Сбера и VK: Delivery Club 98%, Самокат 85%, r_keeper 99%, Кухня на районе 85%, Ситимобил 97%, Ситидрайв 77%)

Общий объем оборота (GMV) СП «O2O» достиг 56 млрд рублей (+39% год к году) в первом квартале с ростом на 84% год к году без учета Ситимобила*. Скорректированный показатель EBITDA составил -6,4 млрд рублей, при этом основным направлением инвестиций были сервисы доставки товаров повседневного спроса. В то же время постоянное внимание к операционной эффективности привело к тому, что рентабельность по скорректированному показателю EBITDA составила -11% (как % от GMV): этот показатель лучше, чем годом ранее — тогда он составлял -16%.



	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
GMV, млн руб.	40 596	56 336	39%
Выручка, млн руб.	10 320	22 544	118%
Скорректированная EBITDA, млн руб.	-6 476	-6 379	-1,5%
<i>Скорр. рентабельность по EBITDA, % от GMV</i>	<i>-16%</i>	<i>-11%</i>	<i>4,6%</i>

Результаты ключевых активов

Выручка **Delivery Club** в первом квартале составила 4,8 млрд рублей (+75% год к году), при этом количество заказов выросло на 71% год к году и составило 30,2 млн. Собственная логистическая служба в первом квартале доставила 67% от общего количества заказов на платформе (против 59% в первом квартале 2021 года). Доля сервиса доставки товаров повседневного спроса от общего числа заказов составила 29% от общего числа (против 11% годом ранее). В марте была достигнута новая отметка — более 120 000 доставленных заказов из магазинов в день. Количество партнеров Delivery Club в марте достигло практически 56 900 (+31% год к году), включая около 9 500 розничных магазинов.

Благодаря расширению ассортимента и непрерывному развитию уровня обслуживания (среднее время доставки в Москве в марте составило 29,6 минут) средняя частота заказов увеличилась в квартальном и годовом исчислении, составив примерно 5,4 заказа на одного активного пользователя в первом квартале. Число активных клиентов выросло на 19% год к году — до 5,6 млн.

	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
Выручка, млн руб.	2 770	4 842	75%
Количество заказов, млн	17,6	30,2	71%
<i>Доля доставки продуктов</i>	<i>11%</i>	<i>29%</i>	
<i>Доля заказов, доставленных собственной логистической службой</i>	<i>59%</i>	<i>67%</i>	
Количество подключенных партнеров, на конец периода, тыс.	43,3	56,9	31%
Количество активных клиентов, млн	4,7	5,6	19%
Среднее количество заказов	3,8	5,41	44%

Самокат в первом квартале увеличил выручку в 2,6 раза год к году — до 15,3 млрд рублей. Количество заказов составило 28,5 млн (рост в 2,6 раза год к году), при этом количество заказов в марте достигало 317 000 в день. В первом квартале Самокат начал работу в 9 новых городах. Сейчас сервис работает в 49 городах России, где проживает примерно 32% населения страны.



Количество магазинов-складов Самоката в марте достигло 1 092 (рост в 2,2 раза год к году), что делает сеть Самоката одной из крупнейших в мире.

Самокат продолжает расширять выбор предлагаемой продукции за счет добавления готовой еды и сегмента «красота» в Москве. Ассортимент товаров, представленных собственными торговыми марками, достиг 764 позиций, и на их долю пришлось почти 20% выручки сервиса в первом квартале.

	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
GMV, млн руб.	6 872	17 941	161%
Выручка, млн руб.	5 899	15 312	160%
<i>Доля СТМ в выручке</i>	<i>16%</i>	<i>19%</i>	
Количество заказов, млн	11,1	28,5	157%
Количество магазинов-складов	490	1 092	123%

Число поездок с **Ситидрайвом** в первом квартале выросло в 1,8 раза в годовом исчислении благодаря парку легковых автомобилей, который насчитывает 9 375 машин. GMV увеличился более чем в два раза и составил 1,3 млрд рублей.

	1 кв. 2021	1 кв. 2022	Год к году, %
GMV, млн руб.	614	1 318	115%
Количество поездок, млн	1,6	2,9	83%
Парк автомобилей на конец периода, шт.	4 386	9 375	114%

**СП O2O подписало юридически обязывающие документы о продаже активов Ситимобила. Сделку планируется закрыть во втором квартале 2022 года.*

Данные, содержащиеся в русской версии пресс-релиза, представлены для ознакомления, полная версия на английском языке доступна по ссылке: <https://vk.company/en/investors/info/11150/>



За дополнительной информацией обращайтесь:

Контакты для инвесторов

Татьяна Волочкович
Тел.: +7 495 725 6357 доб.: 3434
Email: t.volochkovich@vk.team

Контакты для прессы

Алина Федорова
Моб.: +7 916 238 1297
Email: alina.fedorova@vk.team

Уведомление о заявлениях прогнозного характера и отказе от ответственности

Данный пресс-релиз содержит заявления об ожиданиях, предстоящих событиях или будущих финансовых результатах деятельности компании. Эти заявления содержат такие слова, как «ожидать», «полагать», «считать», «оценивать», «прогнозировать», «намереваться», «будет», «может», «возможно» или «вероятно», а также отрицательные формы таких слов или иные подобные выражения, включая слова «прогноз» и «оценка». Заявления прогнозного характера, содержащиеся в настоящем пресс-релизе, основаны на различных предположениях. Такие предположения по своей природе базируются на факторах, носящих неопределенный и характер и подверженных воздействию непредвиденных обстоятельств, которые трудно или невозможно предсказать, и которые могут быть вне сферы влияния компании. Фактические результаты могут существенно отличаться от тех, которые обсуждаются в заявлениях прогнозного характера, приведенных в настоящем пресс-релизе. Многие факторы могут привести к тому, что фактические результаты будут существенно отличаться от указанных в настоящем документе, включая конкуренцию на рынке, изменения в предпочтениях потребителей, степень проникновения интернета и рекламу в рунете, обеспокоенность в отношении безопасности данных, претензии по поводу нарушения прав интеллектуальной собственности, неблагоприятные заявления в медиа, изменение политических, социальных, правовых и экономических условий в России, колебание курсов валют. Также влияние могут оказывать успехи компании в выявлении этих и других рисков, связанных с ее деятельностью (в том числе рисков, указанных в разделе "Risk Factors" в публичных отчетах, представляемых компанией) и в реагировании на эти риски. Заявления прогнозного характера, содержащиеся в настоящем документе, действительны только на дату их составления. Компания не будет изменять или обновлять эти заявления, за исключением случаев, когда это требуется по закону для отражения событий и обстоятельств, произошедших после даты, указанной в настоящем документе.



О компании

VK строит экосистему, которая помогает миллионам людей решать повседневные задачи онлайн. Ею пользуются больше 90% аудитории рунета.

В экосистеме можно общаться (в Одноклассниках, ВКонтакте, в мессенджерах и в Почте Mail.ru), играть (с MY.GAMES), продавать и находить товары и услуги, заказывать продукты и готовую еду (в Delivery Club, Самокате и Кухне на районе), находить авто для поездок (в Ситидрайве), осваивать новые профессии (с GeekBrains, Skillbox и другими образовательными проектами), покупать вещи на российском AliExpress и решать множество других задач.

Экосистема связана общими звеньями. Пользователи могут авторизоваться в разных сервисах с единой учетной записью VK ID, платить и зарабатывать кешбек с платформой VK Pay, получать скидки и выгодные предложения с VK Combo, пользоваться любимыми сервисами на платформе приложений VK Mini Apps — а с любыми задачами поможет справиться голосовой ассистент Маруся.

Компания также развивает свою экосистему продуктов и услуг для цифровизации бизнес-процессов — от интернет-продвижения и предиктивной аналитики до корпоративных соцсетей, облачных сервисов и автоматизации предприятий.

Информация, содержащаяся в этом объявлении, рассматривается компанией как инсайдерская информация, в соответствии с положением о злоупотреблениях на рынке (постановление 596/2014/eu), так как оно является частью внутреннего законодательства Великобритании в соответствии с Законом о Европейском Союзе 2018 года с внесенными поправками. После публикации этого объявления через требуемый сервис по раскрытию информации эта инсайдерская информация признается публично доступной.