



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

14 листопада 2017 р.

Київ

№ 629-р

Про порушення
законодавства про захист
економічної конкуренції,
накладення штрафу
та надання дозволу на концентрацію

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 24-26.13/126-16 про порушення законодавства про захист економічної конкуренції компанією «Gebr. Heinemann SE&Co KG» (м. Гамбург, Німеччина) у вигляді здійснення концентрації шляхом придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd» (м. Лондон, Великобританія) без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України, наявність якого необхідна, та подання Департаменту контролю за концентраціями та узгодженими діями від 12.10.2017 № 24-26.13/126-16/384-спр/кі,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Відповідно до договору купівлі-продажу акцій від 20 листопада 2014 року компанія «Gebr. Heinemann SE&Co. KG» придбала акції компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії, без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України (далі – Комітет), наявність якого необхідна.

2. ВІДПОВІДАЧ

- (2) Компанія «Gebr. Heinemann SE&Co. KG» (м. Гамбург, Німеччина).

3. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

- (3) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 27.07.2016 № 08/202-р розпочато розгляд справи № 24-26.13/126-16.
- (4) Листом Комітету від 28.07.2016 № 24-26.13/08-8030 відповідачам повідомлено про початок розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та запитано необхідну інформацію для розгляду зазначеної справи.
- (5) Листом Комітету від 13.10.2017 № 24-26.13/02-11042 компанії «Gebr. Heinemann SE&Co. KG» направлено подання з попередніми висновками у справі від 12.10.2017 № 24-26.13/126-16/384-спр/кі.
- (6) Листом від 26.10.2017 б.н. (zareestrovanim у Комітеті 26.10.2017 за № 8-01/10512) компанія «Gebr. Heinemann SE&Co. KG» надала Комітету відповідь на подання з попередніми висновками.

- (7) З метою дослідження впливу зазначеної концентрації на ринок роздрібною безмитної торгівлі в межах одного пункту пропуску через державний кордон України, відкритого для міжнародного сполучення, а саме в межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль», Комітетом:
- (8) направлено запити до МА «Бориспіль», Фонду державного майна України, Міністерства інфраструктури України;
- (9) направлено запити учасникам ринку: приватному підприємству «ПАВО ГРУП», товариствам з обмеженою відповідальністю «ФЛЕМІНГО ДЬЮТІ ФРІ Україна», «ДЬЮТІ ФРІ ПІ ДЖЕЙН ЮКРЕЙН», «DFT-Південь», «БФ ЕНД ГХ ТРЕВЕЛ РІТЕЙЛ ЛТД», «Д'ЮТІ-ФРІ ОДЕСА», «ДЬЮТІ ФРІ УКРАЇНА ЛТД», «СВРО-ДИЛІЖАНС», «Київріанта», «МІЖНАРОДНИЙ АЕРОПОРТ «ОДЕСА», Українсько-німецькому спільному підприємству «Львів-Трейдінг» (далі – оператори магазинів безмитної торгівлі) та до міжнародних аеропортів України, а саме: Міжнародного аеропорту «Київ»; Міжнародного аеропорту «Одеса»; Міжнародного аеропорту «Харків»; Міжнародного аеропорту «Львів», Міжнародного аеропорту «Бориспіль», Міжнародного аеропорту «Дніпропетровськ», Міжнародного аеропорту «Запоріжжя», філії Міжнародного аеропорту «Івано-Франківськ», Міжнародного аеропорту «Кривий Ріг», Міжнародного аеропорту «Львів» імені Данила Галицького», Міжнародного аеропорту «Рівне», Міжнародного аеропорту «Ужгород», Міжнародного аеропорту «Чернівці».

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

- (10) До Антимонопольного комітету України надійшла заява уповноваженого представника компанії «Gebr. Heinemann SE&Co KG» і компанії «SkyRianta Ltd» від 15 червня 2016 року № 1561989 (zareestrowana в Комітеті 21.06.2016 за № 15-01/290-ЕКк) про надання дозволу компанії «Gebr. Heinemann SE&Co KG» на придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії.
- (11) Відповідно до договору купівлі-продажу акцій від 20 листопада 2014 року компанія «Gebr. Heinemann SE&Co. KG» придбала акції компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії.
- (12) Відповідно до статті 22 Закону України «Про захист економічної конкуренції» концентрацією визнається, зокрема, безпосереднє або опосередковане придбання, набуття у власність іншим способом чи одержання в управління часток (акцій, паїв), що забезпечує досягнення чи перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління відповідного суб'єкта господарювання.
- (13) Відповідні вартісні показники учасників концентрації, з урахуванням відносин контролю, за підсумками 2013 року перевищували порогові значення, визначені частиною першою статті 24 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у редакції, що діяла на момент здійснення концентрації.
- (14) Тому зазначена концентрація потребувала попереднього отримання дозволу органів Антимонопольного комітету України.
- (15) Відповідно до частини п'ятої статті 24 Закону України «Про захист економічної конкуренції» концентрація, яка потребує дозволу, забороняється до надання дозволу на її здійснення.

- (16) Враховуючи викладене, дії компанії «Gebg. Heinemann SE&Co KG» у вигляді здійснення концентрації шляхом придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії, без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України, наявність якого необхідна, є порушенням, передбаченим пунктом 12 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

5. ІНФОРМАЦІЯ ПРО УЧАСНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (17) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (18) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (19) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (20) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (21) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (22) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (23) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (24) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (25) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (26) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (27) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (28) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (29) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (30) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (31) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
 (32) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*

6. РИНОК, НА ЯКОМУ ВІДБУЛАСЯ КОНЦЕНТРАЦІЯ

6.1. Визначення товарних меж ринку

- (33) За інформацією заявника:
 (34) товарними межами ринку, на якому має або може мати місце концентрація або її наслідки, є послуги з організації роздрібної торгівлі алкогольними напоями, тютюновими виробами, парфумами та косметикою та деякими іншими товарами (залежно від магазину – кондитерські вироби та інші продовольчі товари, ювелірні вироби та аксесуари, годинники, модний одяг та вироби із шкіри) у магазинах безмитної торгівлі, які розміщені в пунктах пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення;
 (35) порядок роботи магазинів безмитної торгівлі регулюється Правилами продажу товарів магазинами безмитної торгівлі, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 17.07.2003 № 1089;
 (36) магазин безмитної торгівлі може бути відкритий на підставі дозволу Держмитслужби України та Адміністрації Держприкордонслужби України відповідно до Порядку подання та розгляду заяв, надання, зупинення дії, анулювання дозволів на відкриття та експлуатацію магазину безмитної торгівлі, затвердженого наказом Міністерства фінансів

України № 692 від 08.06.2012. Інформація про кожен магазин безмитної торгівлі вноситься в Реєстр магазинів безмитної торгівлі, який веде Держмитслужба України;

- (37) роздрібна торгівля в магазинах безмитної торгівлі має суттєві відмінності від роздрібною торгівлі у звичайних магазинах:
- розміщення магазинів у межах пунктів пропуску через державний кордон України;
 - склад покупців (споживачів) – виключно фізичні особи (громадяни), які виїжджають за межі митної території України або пасажери міжнародних рейсів;
 - ціна товару – товари реалізуються під митним контролем з умовним звільненням від оподаткування митними платежами та податками;
 - спосіб оплати – товари можуть бути оплачені готівкою в іноземній валюті (поруч з готівкою в національній валюті та платіжними картками);
- (38) з перерахованих вище причин послуги роздрібною торгівлі в магазинах безмитної торгівлі не можуть бути замінені послугами роздрібною торгівлі, що надаються на території України звичайними магазинами, і тому мають розглядатися як окремий товарний ринок;
- (39) стосовно асортименту товару, який реалізується в магазинах безмитної торгівлі, то більшість операторів торгують змішаним асортиментом товарів. Це переважно алкогольні напої, тютюнові вироби, парфуми та косметика, кондитерські вироби, а також ювелірні вироби та аксесуари, годинники, модний одяг та вироби із шкіри. З погляду оператора зазвичай відсутні істотні бар'єри для розширення асортименту, переходу з продажу однієї групи товарів на іншу групу товарів, якщо це не вимагає значного розширення або переобладнання магазинів і складських приміщень. Отже, з погляду оператора існує висока ступінь взаємозамінності товарів, які реалізуються в магазинах безмитної торгівлі. З погляду покупця, товари, що реалізуються в магазинах безмитної торгівлі, також можуть розглядатися як взаємозамінні в рамках певних груп товарів. Якщо, наприклад, немає конкретного алкогольного напою, парфуму чи подарунка, то покупець, напевно, вибере інший напій, парфум або подарунок, та навіть, замість товару однієї групи, покупець може придбати товар іншої групи.
- (40) Також заявники посилаються на практику Європейської комісії щодо розгляду справи СОМР/М.7622 - Dufry/ World Duty Free (справа про придбання компанією «Dufry AG» акцій компанії «World Duty Free SpA»):
- «В рамках ринкового дослідження більшість респондентів вважали, що клієнти роздрібних магазинів у аеропортах купують переважно імпульсивно. Наприклад один оператор аеропорту відповів, що «переважно клієнти використовують аеропорт для подорожі [...] Під час вільного часу вони розглядають магазини та у багатьох випадках роблять покупки [...], проте оскільки купівля не є головною метою це переважно імпульсивні/незаплановані покупки». Інший респондент заявив, що «Сенс роздрібною торгівлі в аеропортах є стимулювати та керувати незапланованими імпульсивними покупками». «Наслідком цього є те, що магазини, які пропонують різні категорії товарів, все одно конкурують за час, інтерес та платоспроможність подорожуючих». Одночасно, є докази, що імпульсивність відіграє ще більш значну роль як мотивація придбати щось з «класичних» категорій товарів безмитної торгівлі та, можливо, у відповідному виді магазину. Тим не менш, результати маркетингового дослідження не були безумовними щодо того чи обґрунтована сегментація по типу магазину чи по категорії товару».
- (41) Відповідно до частини другої статті 141 Митного кодексу України, у митний режим безмитної торгівлі поміщуються будь-які товари, крім товарів, заборонених до ввезення

в Україну, вивезення з України і транзиту через територію України, товарів, що надходять в Україну як гуманітарна допомога, живих тварин.

- (42) Відповідно до частини другої та четвертої статті 420 Митного кодексу України, зокрема: магазини безмитної торгівлі здійснюють продаж товарів громадянам, які виїжджають за межі митної території України, а також пасажиром міжнародних рейсів, які виконуються повітряними та водними транспортними засобами комерційного призначення, що експлуатуються резидентами. Реалізація магазинами безмитної торгівлі товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі, підприємствам забороняється; магазини безмитної торгівлі в установленому порядку здійснюють торгівлю всіма видами продовольчих і непродовольчих товарів, крім товарів, які відповідно до закону заборонені до ввезення в Україну, вивезення з України та транзиту через територію України, і товарів за товарними позиціями 2701-2716 згідно з УКТ ЗЕД. Правила продажу товарів магазинами безмитної торгівлі громадянам затверджує Кабінет Міністрів України.
- (43) За інформацією, отриманою від операторів магазинів безмитної торгівлі та Асоціації безмитної торгівлі України, магазини безмитної торгівлі можуть здійснювати роздрібну реалізацію будь-яких товарів українського та іноземного походження, крім тих, які заборонені до ввезення в Україну. Обмеженнями щодо реалізації певного товару магазинами безмитної торгівлі можуть бути лише: обмеження за попитом, зумовлені насиченістю ринку та платоспроможністю покупців; обмеження, що спричиняють суттєві витрати, які пов'язані з постачанням товарів до магазинів безмитної торгівлі.
- (44) Враховуючи інформацію, наведену в пунктах 33 – 43 цього рішення, товарними межами ринку, на якому відбулась концентрація, є ринок роздрібною безмитної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, які знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення. При цьому на задіяному ринку є доцільним визначити окремі сегменти ринку залежно від товарних категорій.

6.2. Визначення територіальних меж ринку

- (45) За інформацією заявників:
- (46) територіальними межами ринку, на якому має місце концентрація або її наслідки, є територія пункту пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення МА «Бориспіль»;
- (47) особи потрапляють у пункт пропуску через державний кордон під час міжнародної подорожі з метою перетину кордону України, після проходження паспортного та митного контролю. Територія пункту пропуску є закритою, вона знаходиться за межами митного кордону України. Опинившись на території певного пункту пропуску, споживач може зробити покупку лише в магазинах безмитної торгівлі, які знаходяться на території цього пункту. Переміщення з одного пункту пропуску в інший (які знаходяться на території України) після проходження митного контролю неможливе. Для того щоб придбати товар за межами цієї території (у магазинах загальної роздрібною торгівлі або в магазинах безмитної торгівлі, розташованих в інших пунктах пропуску через державний кордон України), споживачу потрібно відмовитися від перетину державного кордону України в цьому пункті та повернутися назад на митну територію України, пройшовши паспортні та митні формальності. Отже, кожен пункт пропуску через державний кордон України може розглядатися як окремий ринок.

- (48) Заявники посилаються на практику Європейської комісії щодо розгляду справ про концентрацію на ринках магазинів безмитної торгівлі в аеропортах, яка залишила відкритим визначення відповідного географічного ринку. Наприклад, справа COMP/M.7622 - Dufry/ World Duty Free:
- (49) «Ринкове дослідження показало, що споживачі схильні порівнювати ціни у різних аеропортах все більше покладаючись на інтерактивні інструменти. Така поведінка особливо помітна стосовно певних категорій товарів: парфуми, тютюнові вироби та алкоголь. Один з операторів аеропортів характеризував ситуацію таким чином: «Споживачі будуть порівнювати ціни в різних аеропортах в межах ЄЗ. Існує значна конкуренція у кожному аеропорті між магазинами у закритих зонах, магазинах торгівлі зі сплатою мита при прибутті, також у міжнародних аеропортах повернення».
- (50) Загалом, це показує, що географічно ринок знаходиться принаймні в межах Європейської економічної зони.
- (51) В будь-якому випадку географічне визначення може залишатися відкритим для цілей цього рішення, оскільки не виникає занепокоєння щодо конкуренції незалежно від визначення ринку».
- (52) Враховуючи вищенаведене, заявники припускають, що:
- територіальні межі ринку послуг роздрібної торгівлі в магазинах безмитної торгівлі мають охоплювати не тільки магазини на території України, але також і магазини безмитної торгівлі, які працюють в аеропортах прильоту подорожуючих з України, в аеропортах повернення в Україну, через які подорожуючі повертаються до України, та сусідніх пунктах пропуску через державний кордон України;
 - магазини безмитної торгівлі знаходяться за межами митної території України та реалізують товар, призначений для споживання за межами митної території України. Отже, магазини безмитної торгівлі в Україні конкурують значною мірою з роздрібними магазинами в інших країнах, де буде споживатися товар, придбаний в українському магазині;
 - найбільш вірним є розгляд ринку безмитної торгівлі в аеропортах як глобальний міжнародний ринок.
- (53) Зазначене в пункті 52 цього рішення спростовується наступним:
- відповідно до статті 140 Митного кодексу України безмитна торгівля – це митний режим, відповідно до якого товари, не призначені для вільного обігу на митній території України, знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення;
 - відповідно до статті 420 Митного кодексу України:
 - магазин безмитної торгівлі - це спеціалізований торговельний заклад, розташований у пункті пропуску через державний кордон України, відкритому для міжнародного сполучення, та призначений для реалізації товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі;
 - магазини безмитної торгівлі здійснюють продаж товарів громадянам, які виїжджають за межі митної території України, а також пасажиром міжнародних рейсів, які виконуються повітряними та водними транспортними засобами комерційного призначення, що експлуатуються резидентами. Реалізація магазинами безмитної торгівлі товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі, підприємствам забороняється.
- (54) Крім цього, додатковим спростуванням твердження заявників про більш широке визначення географічних меж ринку безмитної торгівлі є наступне:

як було обгрунтовано в пункті 52 цього рішення, покупки, які здійснюють пасажирів в магазинах безмитної торгівлі, є спонтанними, тобто дії пасажирів не спрямовані на здійснення конкретних покупок, а є лише можливістю витратити час до відльоту; розрахунок за придбані товари в магазинах безмитної торгівлі можливо здійснювати за валюту країни, в якій розміщений магазин безмитної торгівлі, що в разі необхідності витратити залишки валюти країни перебування, унеможливує здійснення покупки в іншій країні;

на думку українських операторів магазинів безмитної торгівлі, межі ринку безмитної торгівлі – це конкретно визначені обмежені площі інфраструктури аеропортів, які передаються в оренду під склад та/або магазин безмитної торгівлі.

(55) Також, за результатами вивчення практики Федеральної торгової комісії США, Німецького антимонопольного відомства (Bundeskartellamt), Литовського антимонопольного відомства з розгляду справ про концентрації на ринках роздрібною безмитної торгівлі, було підтверджено доцільність розгляду географічних меж ринку лише в межах одного пункту пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення, виходячи з того, що з моменту проходження митного контролю до вильоту пасажирів, які знаходяться на території пункту пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення, можуть придбати товари (послуги) лише у суб'єктів господарювання, які безпосередньо в цьому пункті розташовані.

(56) Враховуючи викладене, географічними межами досліджуваного ринку є межі одного пункту пропуску через державний кордон України, а саме термінал «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль».

6.3. Враховуючи інформацію, наведену в пунктах 33 – 56 цього рішення, заявлена концентрація відбулась на ринку роздрібною торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, які знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, у межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль».

6.4. Бар'єри для вступу на ринок, на якому відбулася концентрація.

(57) На зазначені в пунктах 7 – 9 цього рішення запити Комітету була отримана така інформація:

надання в оренду торговельних площ в межах МА «Бориспіль», які є державною власністю, для здійснення діяльності з безмитної торгівлі здійснюється через конкурсні торги відповідно до Закону України «Про оренду державного та комунального майна»; ініціатива щодо початку конкурсної процедури на отримання приміщення для магазину безмитної торгівлі належить суб'єкту господарювання, який претендує на отримання приміщення:

«фізичні та юридичні особи, які бажають укласти договір оренди, направляють заяву, проект договору оренди, а також інші документи згідно з переліком, що визначається ФДМУ, відповідному орендодавцеві, зазначеному у статті 5 Закону України «Про оренду державного та комунального майна»» (з листа РВ ФДМУ по Київській області від 16.01.2017 № 08-09-152);

умови щодо проведення конкурсу розробляються та погоджуються Орендодавцем (Фондом державного України) та Органом управління (Міністерством інфраструктури України);

розмір орендної плати визначається у спосіб відповідно до Закону України «Про оренду державного та комунального майна»;

однак остаточний розмір орендної плати визначається після проведення конкурсу на отримання площі для розміщення магазину безмитної торгівлі, тобто пропозиція переможця розміру орендної плати повинна бути більшою, ніж в інших учасників конкурсу;

діяльність магазинів безмитної торгівлі регламентується Митним кодексом України; безпосередньо МА «Бориспіль» не регламентує додаткових умов/правил щодо здійснення господарської діяльності магазинами безмитної торгівлі.

- (58) За інформацією Асоціації безмитної торгівлі України, процедура отримання дозволу на відкриття та експлуатацію магазинів безмитної торгівлі і доступу на цей ринок є конкурентною, прозорою, об'єктивною і недискримінаційною. Також, згідно з розрахунками Асоціації, близько 40 відсотків ринку магазинів безмитної торгівлі є вакантними, тобто серед 24 відкритих у 2015 році магазинів безмитної торгівлі в пунктах пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення магазини безмитної торгівлі функціонували у 10 пунктах пропуску (що становить 41,7 відсотка відповідного ринку магазинів безмитної торгівлі та охоплює близько 68,16 відсотка пасажирів). Однак, за розрахунками Асоціації, на реалізацію законодавчо визначених публічних конкурсних процедур для отримання в оренду приміщення для магазину безмитної торгівлі необхідно від 4 до 6 місяців. Крім цього, для початку функціонування магазину безмитної торгівлі, крім участі в конкурсній процедурі, суб'єкт господарювання повинен отримати відповідний дозвіл Державної фіскальної служби України і Держприкордонслужби України на здійснення безмитної торгівлі.
- (59) За інформацією суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з роздрібною безмитною торгівлі в міжнародних пунктах пропуску через державний кордон України, для повітряного сполучення існують такі бар'єри:
адміністративні – які пов'язані з відсутністю вільного доступу постачальника до магазинів безмитної торгівлі, що пов'язано з необхідністю попереднього митного оформлення продукції, що постачається. Зазначене тягне за собою необхідність додаткових витрат магазинами безмитної торгівлі на оренду митного складу для прийняття товарів;
низька купівельна спроможність покупців;
високий рівень орендної плати порівняно з аналогічними об'єктами торгової нерухомості поза межами пунктів пропуску через державний кордон.
- (60) Аналіз відповідей операторів магазинів безмитної торгівлі також свідчить про необхідність наявності, крім українських постачальників, постачальників товарів іноземного походження.
- (61) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (62) За інформацією суб'єктів господарювання – резидентів України, які здійснюють діяльність з постачання товарів до магазинів безмитної торгівлі: ринок постачання є конкурентним; на ринку відсутні законодавчі та адміністративні бар'єри для входження нового постачальника; у магазинів безмитної торгівлі відсутній вплив на постачальника щодо визначення умов постачання та цін.
- (63) За результатами аналізу відповідей учасників ринку було встановлено, що бар'єрами для вступу на ринок безмитної торгівлі є:
значні періоди в часі (4 – 6 місяців) для отримання суб'єктом господарювання в оренду приміщення під магазин безмитної торгівлі;

необхідність отримання дозволів державних органів для здійснення діяльності з безмитної торгівлі;
 високий рівень орендної плати, який визначається на конкурсних засадах у вигляді аукціону та прирівнюється до відповідного відсотка виручки від продажу товарів через магазини безмитної торгівлі;
 наявність адміністративних бар'єрів та додаткових витрат (на утримання митного складу) для постачання товарів до магазинів безмитної торгівлі, зумовлених особливостями митного кодексу;
 необхідність магазину безмитної торгівлі у співпраці з великими іноземними постачальниками або мережами магазинів безмитної торгівлі, з метою отримання товарів іноземного походження відомих торговельних марок;
 низька купівельна спроможність споживачів товарів, що реалізуються магазинами безмитної торгівлі.

- (64) Однак для суб'єктів господарювання, які вже здійснюють діяльність на відповідному ринку та мають необхідний досвід, зазначені вище особливості доступу на ринок не будуть значним бар'єром для входу на ринок.
- (65) Разом з цим такі бар'єри вступу на ринок пов'язані насамперед з необхідністю повною мірою забезпечити безпеку пасажирів на об'єктах повітряного сполучення.

6.5. Частки учасників концентрації на досліджуваному ринку

- (66) Незважаючи на те, що обидва учасники концентрації здійснюють діяльність на одному задіяному ринку, за інформацією ТОВ «БФ енд ГХ Тревел Рітейл Лтд» і ТОВ «Київріанта», вони здійснюють роздрібну безмитну торгівлю на різних сегментах ринку, у різних товарних категоріях.
- (67) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (68) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (69) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (70) Отже, враховуючи інформацію, викладену в пунктах 67 – 69 цього рішення, а саме: один з учасників концентрації не спеціалізується на реалізації товарів у товарній категорії, на якій спеціалізується інший учасник концентрації; учасники концентрації здійснювали/здійснюють здебільшого діяльність у різних товарних категоріях; учасники концентрації фактично не виступали конкурентами один одному, заявлена концентрація не призвела до монополізації чи суттєвого обмеження конкуренції на ринку роздрібною торгівлі в магазинах безмитної торгівлі, які розміщені в пунктах пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення в кожному сегменті окремо.
- (71) Однак, з метою більш повного та об'єктивного аналізу впливу концентрації на товарні ринки України в рамках розгляду справи було проведено збір та аналіз інформації на ринку роздрібною безмитної торгівлі в міжнародних пунктах пропуску через державний кордон України для повітряного сполучення, у межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль», без сегментації.

- 6.6. Наявність або відсутність негативних наслідків концентрації у вигляді відсутності конкуренції на ринку між суб'єктами господарювання, які є учасниками концентрації, встановлюється відповідно до рекомендаційних роз'яснень щодо порядку застосування частини першої статті 25 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (щодо оцінки горизонтальних концентрацій) від 27.12.2016 № 49-рр (далі – Рекомендаційні роз'яснення щодо горизонтальних концентрацій) за результатами оцінки чинників, зазначених у пункті 6 цих роз'яснень.
- 6.7. Під час розгляду справи було досліджено наслідки здійснення заявленої концентрації¹ та встановлено:
- позитивний ефект від здійснення концентрації;
 - відсутність негативного ефекту;
 - відсутність можливості впливу на споживачів, постачальників (виробників) від учасників концентрації, а саме:
 - відсутність можливості застосування учасниками концентрації різних цін чи різних інших умов до рівнозначних угод із суб'єктами господарювання, продавцями чи покупцями без об'єктивно виправданих на те причин;
 - учасники концентрації не встановлювали таких цін чи інших умов придбання або реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку;
 - збільшення асортименту товарів, поліпшення якості надаваних послуг;
 - наявність умов для входу на ринок нових учасників – конкурентів.
- 6.8. Урівноважуючі чинники
- 6.8.1. Влада покупця
- (72) Покупці здійснюють на галузь вплив, порівнюючи продукти і вибираючи ті, що мають найбільш високу якість і найбільш низькі ціни. У монопольних умовах покупці знаходяться в несприятливому становищі, оскільки недостатня ринкова влада не дозволяє їм віддавати перевагу одним компаніям (конкурентам) на шкоду іншим. У ситуації монополії існує лише кілька постачальників продукту, у досліджуваному випадку – це всього лише один учасник ринку. Тому конкуренція на ринку повністю відсутня. На протидію цьому на слабо концентрованому ринку, де безліч постачальників пропонують аналогічний продукт або послугу, складаються конкурентні ціни, тому покупець або група покупців можуть віддавати перевагу одному з постачальників і не вдаватися до послуг іншого, тим самим збиваючи ціни й отримуючи вигоди від жорсткої конкуренції.
- (73) Споживачами на ринку роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, які знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, у межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль» є фізичні особи, які не в змозі кожен окремо чинити будь-який вплив на учасника ринку.
- (74) Однак, враховуючи інформацію, викладену в пункті 40 цього рішення, покупки, які здійснюють пасажирів в магазинах безмитної торгівлі, є спонтанними, тобто дії пасажирів не спрямовані на здійснення конкретних покупок, а є лише можливістю

¹Враховуючи, що концентрація вже здійснена, у Комітеті відсутня необхідність проведення аналізу потенційного впливу. Під час розгляду справи було досліджено фактичний вплив заявленої концентрації на задіяний товарний ринок за останні 3 роки.

витратити час до відльоту – покупці можуть відмовитися від здійснення придбання певного товару.

- (75) Як зазначили заявники:
- (76) з огляду на те, що більшість товарів, які реалізуються в МБТ, відносяться до «предметів розкоші», попит на товари в МБТ є еластичним, на відміну від нееластичного попиту на більшість товарів повсякденного попиту і стандартних промислових товарів, які становлять незначний відсоток асортименту МБТ, такі, наприклад, як питна вода;
- (77) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (78) Дії учасників концентрації у вигляді зменшення ціни на товари з метою підвищення або підтримання обсягів продажу товарів на економічно вигідному рівні свідчать про те, що ринок знаходиться в такому стані, за якого його учасникам постійно необхідно пропонувати кращі умови та якості для підтримання прихильності споживачів.
- (79) Крім того, з метою залучення покупців та збільшення попиту на товари, що реалізуються, учасники концентрації проводять промо-акції та встановлюють акційні ціни на товари.
- (80) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (81) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (82) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (83) За інформацією заявників, внаслідок здійснення концентрації не відбувалось зростання цін на товари за рішенням учасників концентрації (ціни на брендові товари МБТ можуть зростати лише внаслідок підвищення цін на товари їхніми виробниками та рекомендаціями від них для зваження цін на ідентичні товари ідентичного бренду в різних аеропортах), а якість товару/послуги лише зросла за рахунок розвитку утримувачами МБТ, за рахунок збільшення чисельності консультантів, увпровадження додаткових сервісів та постійного тренування продавців із залученням майстрів відповідних брендів для всеохоплюючого ознайомлення з якостями товарів, які представлені в МБТ [більш детальна інформація наведена в листі від 19.09.2017 № 129026 (zareestrovano в Комітеті 19.09.2017 за № 8-01/9131)].
- (84) Виходячи з інформації, зазначеної в пунктах 129 – 140 цього рішення, учасники концентрації з метою підтримання кількості споживачів вчиняють дії, які зазвичай є необхідними для підтримання своїх конкурентних переваг в умовах значної конкуренції.

6.8.2. Влада постачальника/виробника брендового товару

- (85) Світовий досвід співпраці операторів магазинів безмитної торгівлі та постачальників брендів (виробників) доводить її необхідність та доцільність.
- (86) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (87) Оскільки у МБТ представлена продукція світових брендів, чия якість визнана в усьому світі, то вимоги до місць продажу такої продукції дуже високі.
- (88) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (89) Цей перелік кожен постачальник доповнює своїми вимогами та стандартами.
- (90) Саме компанія-оператор, що має досвід у співпраці з брендами – постачальниками продукції певної категорії, може забезпечити виконання всіх вимог та здобути авторизацію постачальника на продаж продукції та реалізацію маркетингових заходів (акції, розпродажі).

6.8.3. Можливість вступу нових учасників ринку

- (91) Відповідно до інформації, наданої ФДМУ листом від 16.01.2017 № 08-09-1552 (zareestrovaniy u Komiteti 23.01.2017 za № 4-01/609), за останні три роки (з червня 2014 року по теперішній час) Регіональним відділенням ФДМУ по Київській області надано в оренду 2733,2 кв. м у митній зоні МА «Бориспіль» трьома суб'єктам господарювання, а саме:
ТОВ «БФ енд ГХ Тревел Рітейл Лтд» для розміщення торговельних об'єктів з продажу непродовольчих товарів, алкогольних та тютюнових виробів, загальною площею 1868 кв. м;
ТОВ «Київріанта» для розміщення торговельних об'єктів з продажу непродовольчих товарів, алкогольних та тютюнових виробів, загальною площею 752,2 кв. м;
товариству з обмеженою відповідальністю «АЕРО РЕСТОРАНТС» для розміщення кафе, барів, закусочних, буфетів, кафетеріїв, що здійснюють продаж товарів підакцизної групи, загальною площею 140 кв. м.
- (92) У той же час заявники надали інформацію про наявність на території МА «Бориспіль» конкурента, який здійснює господарську діяльність з роздрібною безмитною торгівлю, а саме про приватне підприємство «ПАВО ГРУП».
- (93) Однак, за інформацією ПП «ПАВО ГРУП», підприємство здійснює роздрібну торгівлю в межах зали державного підприємства «Зала офіційних делегацій» МА «Бориспіль». Доступ до зали офіційних делегацій МА «Бориспіль» для пасажирів терміналу «D» відсутній.
- (94) Отже, ПП «ПАВО ГРУП» не є конкурентом для учасників концентрації, враховуючи відсутність доступу пасажирів терміналу «D» МА «Бориспіль» до магазину безмитної торгівлі, що належить ПП «ПАВО ГРУП».
- (95) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*
- (96) За інформацією Фонду державного майна України та Міністерства інфраструктури України, за останні три роки заявки щодо надання в оренду приміщень для магазинів безмитної торгівлі в межах терміналу «D» МА «Бориспіль» не надходили та відповідно конкурси не проводились.
- (97) ПП «ПАВО ГРУП» листом від 12.09.2017 № 276 (zareestrovanim u Komiteti 14.09.2017 za № 8-24/8979) повідомило, що наявність вільного доступу до ринку безмитної торгівлі всіх зацікавлених осіб в умовах вільної і прозорої економічної конкуренції є беззаперечною перевагою для всіх суб'єктів зазначеного ринку (операторів МБТ; аеропортів, які в більшості випадків належать до державної або комунальної власності; держави та ін.).
- (98) ТОВ «Флемінго Дьюті Фрі Україна» листом від 11.09.2017 № 1109/17-1 повідомило, що у разі проведення конкурсу на оренду площ для магазинів безмитної торгівлі в межах міжнародного аеропорту «Бориспіль», враховуючи набутий досвід, фінансові можливості та намір підприємства розширювати свою торговельну діяльність і створювати нові робочі місця, товариство готове взяти участь у таких конкурсах на оренду приміщень для відкриття магазину безмитної торгівлі. Однак все залежатиме від умов конкурсу, площі таких приміщень, вартості орендної плати, а також від прозорості проведення конкурсу та рівного становища учасників конкурсу.

- (99) Отже, враховуючи:
досить невисокі бар'єри вступу на ринок для суб'єктів, які вже здійснюють діяльність на зазначеному ринку в інших територіальних межах;
наявність вільних площ для розміщення магазинів безмитної торгівлі на території терміналу «D» МА «Бориспіль» у розмірі, що становить близько 1500 кв. м;
інформацію, надану Асоціацією безмитної торгівлі України, що процедура отримання дозволу на відкриття та експлуатацію магазинів безмитної торгівлі і доступу на цей ринок є конкурентною, прозорою, об'єктивною і недискримінаційною;
зацікавленість як мінімум одного учасника ринку в здійсненні діяльності в досліджуваних територіальних межах,
існує велика вірогідність входження нового учасника на зазначений ринок.
- (100) Однак, враховуючи, що ініціатива щодо початку конкурсної процедури на отримання приміщення для магазину безмитної торгівлі належить суб'єкту господарювання, який претендує на отримання приміщення, Фонду державного майна України разом з Міністерством інфраструктури України, а також МА «Бориспіль» необхідно проводити прозору політику залучення нових суб'єктів господарювання.

6.8.4. Світова практика (за інформацією заявників)

- (101) На сьогодні у світі відстежується тенденція глобалізації у сфері безмитної торгівлі. Глобальний бізнес у сфері дьюті фрі все більше сприймається інвесторами як надійний та фундаментальний, який ґрунтується на подальшому прогнозованому глобальному зростанні кількості пасажирів та значному зростанні аеропортової та авіаційної інфраструктури (і, як наслідок, необхідності аеропортів фінансувати такі зміни за рахунок комерційних доходів).
- (102) Сучасний етап розвитку сфери дьюті фрі також характеризується узгодженою консолідацією та поглинаннями. Так, швейцарська компанія – світовий оператор магазинів безмитної торгівлі «Dufry» придбала дві компанії, які входили до топ-10 найбільших дьюті фрі операторів: «The Nuance Group» та «World Duty Free». Крім того, «Dufry» також придбала кілька потужних компаній в Європі та Латинській Америці та намагається поширити свій вплив на азіатський регіон. Ще один потужний оператор магазинів безмитної торгівлі компанія «Lagardère Travel Retail» придбала американського дьюті фрі оператора – компанію «Paradies».
- (103) Слід врахувати той факт, що сфера безмитної торгівлі на світовому рівні вимагає значного досвіду, економії за рахунок масштабів та значних інвестиційних ресурсів. Ціна орендної плати в аеропортах постійно зростає, оскільки аеропорти шукають фінансування для розвитку своєї інфраструктури. Існує багато контрактів між аеропортами та операторами дьюті фрі, які по суті є збитковими. У період світової глобалізації у сфері дьюті фрі недоречно розділяти цю сферу між різними операторами. Як показує світовий досвід, така практика не є виправданою. Адже надання дозволів операторам на відкриття магазинів безмитної торгівлі насправді не створює нового бізнесу, а лише фрагментує його та призводить до зниження рівня обслуговування та (іноді) – до зменшення можливостей вибору для споживача. Багатьом невеликим гравцям просто бракує розуміння сфери дьюті фрі, ресурсів, щоб конкурувати в такому складному середовищі.
- (104) Враховуючи той факт, що здійснення покупок в магазинах дьюті фрі є одним з додаткових сервісів, що приваблює туристів, до нього пред'являються дуже високі вимоги. Для найкращого обслуговування оператори магазинів безмитної торгівлі повинні забезпечити своїм клієнтам доступ до широкого спектру найкращих світових та локальних брендів, першокласного сервісу та комфортного торговельного

середовища. Збільшення торговельного простору та кількості магазинів, безперечно, є важливими факторами, але тільки тоді, якщо при цьому забезпечується високий рівень сервісу та широкий вибір товарів. Тому збільшення кількості операторів магазинів безмитної торгівлі та їх розпилення може призвести до зниження стандартів.

- (105) Багато аеропортів по всьому світу мають єдиного оператора дьюті фрі:
- в аеропорту Мадриду МБТ належать одному оператору – «Dufry»;
 - те ж саме стосується аеропорту Женеви, в якому МБТ належать одному оператору – «Dufry»;
 - так само в аеропорту Риму – МБТ належать одному оператору – компанії «Aelia Duty Free»;
 - єдиним оператором магазинів безмитної торгівлі в аеропорту Мак-Карран (м. Лас-Вегас, США) є «Hudson Group» (яка є дочірньою компанією світового оператора безмитної торгівлі «Dufry»);
 - в аеропорту Елефтеріос Венізелос (м. Афіни, Греція) здійснює операційну діяльність єдиний оператор магазинів безмитної торгівлі «Hellenic Duty Free Shops», яка у 2012 році була повністю викуплена найбільшим світовим оператором безмитної торгівлі «Dufry». Крім того, до 2048 року «Hellenic Duty Free Shops» має ексклюзивне право на безмитну торгівлю в Греції;
 - в аеропорту Портела (м. Лісабон, Португалія) всі магазини дьюті фрі функціонують під брендами DUTY FREE STORE та DUTY FREE STORE EXPRESS, які повністю належать світовому оператору безмитної торгівлі «Dufry» через оператора безмитної торгівлі компанію «The Nuance Group»;
 - єдиним оператором магазинів безмитної торгівлі в аеропорту Одісеас Елітіс (м. Мітіліні, о. Лесбос, Греція) є «Hellenic Duty Free Shops», що повністю належить світовому оператору безмитної торгівлі «Dufry»;
 - усі магазини безмитної торгівлі в аеропорту Ель-Прат (м. Барселона, Іспанія) здійснюють свою діяльність під брендами Barcelona Duty Free та Express Duty Free, єдиним оператором яких є компанія «World Duty Free Group», яку у 2015 році придбав світовий оператор безмитної торгівлі «Dufry». Також «World Duty Free Group» стала єдиним оператором дьюті фрі в кількох аеропортах Іспанії; та інші.

7. ВИСНОВКИ У СПРАВІ

- (106) Концентрація відбулась на ринку роздрібною торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, які знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, у межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль».
- (107) Учасники концентрації здійснювали/здійснюють діяльність переважно в різних товарних категоріях.
- (108) Покупки, які здійснюють пасажери в магазинах безмитної торгівлі, не є товарами першої необхідності (або товарами повсякденного попиту), а є зазвичай спонтанними та спрямовані на витрату часу до відльоту.
- (109) Учасники концентрації постійно проводять акції на товари з метою підвищення або підтримання обсягів продажу товарів на економічно вигідному рівні для підтримання прихильності споживачів.
- (110) З 2014 року відсутні будь-які скарги від учасників зазначеного ринку на учасників концентрації.
- (111) Підвищення цін, яке спостерігалось з моменту здійснення концентрації, обумовлене та спричинене виключно ринковими умовами.

- (112) Учасники концентрації запроваджують нові послуги (додатковий сервіс MyDutyFree, який передбачає онлайн-замовлення), що підтверджує підвищення сервісу при наданні послуг для покупців та наявність конкурентного тиску.
- (113) Учасники концентрації не мають можливості нав'язувати додаткові умови при реалізації своїх товарів, оскільки товари, які реалізують учасники концентрації, не є товарами повсякденного попиту.
- (114) Учасники концентрації не мають можливості нав'язувати додаткові умови придбання товарів, оскільки їх безпосередніми постачальниками є відомі міжнародні виробники брендированих товарів.
- (115) Учасники концентрації не мають можливості створювати перешкоди доступу на вхід потенційних конкурентів на ринок, оскільки вступ на такий ринок відбувається через оголошення ФДМУ конкурсу за заявкою потенційного конкурента.
- (116) Однак, враховуючи, що:
 для входження на ринок безмитної торгівлі наявні бар'єри, які пов'язані із: значним проміжком у часі для початку здійснення господарської діяльності суб'єктом господарювання; необхідністю отримання дозволів та наявністю адміністративних бар'єрів, що встановлені Митним кодексом України; високим рівнем орендної плати; низькою купівельною спроможністю споживачів; необхідністю мати надійного постачальника товарів іноземного походження;
 існує ймовірність, що наявність одного безумовного лідера на ринку роздрібно-безмитної торгівлі в межах терміналу «D» МА «Бориспіль» в подальшому може призвести до виникнення негативних наслідків стосовно конкуренції на ринку роздрібно-безмитної торгівлі в межах терміналу «D» МА «Бориспіль»,
 дозвіл має бути обумовлений зобов'язаннями, дотримання яких усуватиме можливий негативний вплив концентрації на конкуренцію.

8. КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (117) Дії компанії «Gebr. Heinemann SE&Co KG» у вигляді здійснення концентрації шляхом придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії, без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України, наявність якого необхідна, є порушенням, передбаченим пунктом 12 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (118) Відповідно до частини другої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» за порушення, передбачене пунктом 12 статті 50 цього Закону, штраф накладається у розмірі до п'яти відсотків доходу (виручки) суб'єкта господарювання від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.
- (119) При визначенні розміру штрафу за вчинення компанією «Gebr. Heinemann SE&Co KG» порушення законодавства про захист економічної конкуренції враховується таке:
 компанія звернулась до Комітету із заявою про отримання дозволу на концентрацію;
 компанія співпрацювала під час розгляду справи з Комітетом, що сприяло з'ясуванню обставин розгляду справи.
- (120) *[інформація визначена відповідачем як конфіденційна інформація]*

Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 25, 31, 48 і 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про

захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати, що компанія «Gebr. Heinemann SE&Co KG» (м. Гамбург, Німеччина) вчинила порушення, передбачене пунктом 12 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd» (м. Лондон, Великобританія), що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії, без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України, наявність якого необхідна.
2. За порушення, зазначене в пункті 1 резолютивної частини цього рішення, накласти на компанію «Gebr. Heinemann SE&Co KG» штраф у розмірі 102 000 (сто дві тисячі) гривень.
3. Надати дозвіл компанії «Gebr. Heinemann SE&Co KG» на придбання акцій компанії «SkyRianta Ltd», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії.
4. З метою упередження можливого негативного впливу на конкуренцію зобов'язати компанію «Gebr. Heinemann SE&Co KG», з урахуванням відносин контролю: не встановлювати таких умов реалізації товарів та не допускати зміни якості послуги, яку надають учасники концентрації на ринку роздрібною торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами, які знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, у межах терміналу «D» міжнародного аеропорту «Бориспіль», які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на зазначеному вище ринку.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення.

Відповідно до статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до Антимонопольного комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ