



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ ТИМЧАСОВОЇ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

11 травня 2017 р.

Київ

№ 7-р/тк

Про результати розгляду
справи про концентрацію

Тимчасова адміністративна колегія Антимонопольного комітету України, розглянувши справу № 24-25/6-17-ЕК про концентрацію у вигляді придбання компанією «Kronospan Holdings P.L.C.» (м. Нікосія, Кіпр) акцій приватного акціонерного товариства «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» (далі – ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» або Об'єкт придбання) (м. Київ, Україна),

ВСТАНОВИЛА:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Концентрація полягає у придбанні компанією «Kronospan Holdings P.L.C.» акцій ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління товариства.

2. КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ

- (2) Відповідно до пункту 4 частини другої 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 25 або 50 відсотків голосів у вищому органі управління відповідного суб'єкта господарювання. Отже, заявлені дії, відповідно до вказаної статті, є концентрацією.

3. УЧАСНИКИ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (3) компанія «Kronospan Holdings P.L.C.» (Група Покупця) та ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» (Група Продавця).

4. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

- (4) До Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) надійшла заява уповноваженого представника компанії «Kronospan Holdings P.L.C.» та ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» від 13.01.2017 № 2017-01/03 (zareestrovana в Комітеті 16.01.2017 за № 15-01/14-ЕКк) про надання дозволу

компанії «Kronospan Holdings P.L.C.» на безпосереднє та опосередковане придбання акцій ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ», що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління товариства.

- (5) Розпорядженням Голови Комітету від 01 березня 2017 року № 01/42-р розпочато розгляд справи № 24-25/6-17-ЕК про концентрацію у зв'язку з виявленням у поданих матеріалах підстав для заборони концентрації.
- (6) Під час розгляду справи були опитані:
- (7) учасники ринків: деревоволокнистих плит середньої щільності/деревоволокнистих плит високої щільності [даний товарний ринок включає сирий (шліфований) МДФ (далі – шліфований МДФ або МДФ), сирий (шліфований) ХДФ (далі – шліфований ХДФ або ХДФ) та тонкі деревоволокнисті плити високої щільності (далі – Т-ХДФ)]; покритого МДФ [даний товарний ринок включає ламіновані деревоволокнисті плити середньої щільності (далі – ЛМДФ)]; покритого ХДФ [даний товарний ринок включає лаковані деревоволокнисті плити високої щільності (далі – Л-ХДФ)]; ламінованої підлоги; деревостружкових плит (далі – ДСП); покритого ДСП [даний товарний ринок включає ламіновані деревостружкові плити (далі – ЛДСП) та глянцеві ламіновані деревостружкові плити (далі – глянцеві ЛДСП)]; карбамідо-формальдегідного концентрату та смол, які використовуються під час виробництва плит МДФ, ХДФ та ДСП, в Україні;
- (8) Державна фіскальна служба України;
- (9) Державне підприємство «Укрпромзовнішекспертиза»;
- (10) 07 березня 2017 року на офіційному сайті Комітету та у дайджесті Комітету було розміщено текст повідомлення про розгляд справи про концентрацію на ринках МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги.

5. ІНФОРМАЦІЯ ПРО УЧАСНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (11) За інформацією заявників:
- (12) ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» здійснює діяльність з виробництва та реалізації шліфованого МДФ, шліфованого ХДФ, ЛМДФ, ламінованої підлоги, смол (а саме: смол, які використовуються під час виробництва плит МДФ та ХДФ; водостійкої фанери; плит деревоволокнистих та ДСП);
- (13) ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» пов'язане відносинами контролю із суб'єктами господарювання, які разом утворюють Групу Продавця;
- (14) на території України Група Продавця здійснює діяльність через:
- (15) суб'єктів господарювання – резидентів України, які здійснюють діяльність з реалізації шліфованого МДФ, шліфованого ХДФ, ЛМДФ та ламінованої підлоги виробництва ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» за договорами комісії, в тому числі за межі території України; переробки круглого соснового лісу в пиломатеріали; будівництва лісового комплексу, виготовлення пелет (паливних гранул); купівлі-продажу нерухомого майна (житлових, нежилых приміщень, паркомісць) у межах міста Києва; здавання в оренду нерухомого майна (офісного центру) в межах міста Києва та нерухомого майна (складських комплексів, приміщень холодильного комплексу) в межах села Мартусівка Київської області; надання послуг митно-ліцензійного складу, послуг торговця та зберігача цінних паперів, перукарських послуг; виробництва та ремонту пасажирських і вантажних вагонів; виробництва металевих конструкцій, меблів, поліпропіленової тари та упаковки; управління активами та нерухомим майном в межах Групи Продавця; будівництва (реконструкції) об'єктів нерухомості в межах Групи Продавця; надання послуг сервісного обслуговування та здавання в оренду нерухомого майна (будинку, офісного центру) в межах міста Києва суб'єктам господарювання, що входять до складу Групи Продавця та інвестиційну діяльність в межах Групи Продавця тощо;

- (16) крім того, до складу Групи Продавця входять суб'єкти господарювання – резиденти України, які не здійснюють господарської діяльності;
- (17) контроль над Групою Продавця здійснює фізична особа – громадянин Греції;
- (18) компанія «Kronospan Holdings P.L.C.» здійснює діяльність з управління корпоративними правами суб'єктів господарювання – резидентів та нерезидентів України, пов'язаних з нею відносинами контролю, та не здійснює діяльності з виробництва, придбання та реалізації товарів (робіт, послуг) на території України;
- (19) компанія «Kronospan Holdings P.L.C.» пов'язана відносинами контролю із суб'єктами господарювання, які утворюють Групу Покупця;
- (20) на території України Група Покупця здійснює діяльність через:
- (21) суб'єктів господарювання – резидентів України, які здійснюють діяльність з: виробництва та реалізації ДСП, ЛДСП, глянцевого ЛДСП, стільниць; реалізації шліфованого МДФ, шліфованого ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги, орієнтовано-стружкових плит (далі – ОСБ), високостійких деревостружкових плит (далі – QSB), шпонованих та компактних плит, стінових панелей, плінтусів; здавання в оренду земельних ділянок та транспортних засобів; надання транспортно-експедиційних послуг та закупівлі відходів деревини;
- (22) суб'єктів господарювання – нерезидентів України, які здійснюють діяльність з реалізації шліфованого МДФ, шліфованого ХДФ, Т-ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги, ДСП, ЛДСП, глянцевого ЛДСП, ОСБ, QSB, смол (а саме: смол, які використовуються під час виробництва плит ДСП; фанери та шпону), декоративного паперу, карбамідо-формальдегідного концентрату, стільниць, пластиків, компактних плит, масивної клеєної дошки, стінових панелей, плінтусів. У 2015 році Група Покупця також реалізувала смоли, які використовуються під час виробництва плит МДФ та ХДФ. Крім того, в 2014, 2015 роках Група Покупця також реалізувала імпрегнований папір;
- (23) також, до складу Групи Покупця входить суб'єкт господарювання - резидент України, який не здійснює господарської діяльності.

6. ОПИС РИНКІВ, НА ЯКИХ ВІДБУВАЄТЬСЯ КОНЦЕНТРАЦІЯ, РИНКОВІ ЧАСТКИ УЧАСНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ ТА РІВНІ КОНЦЕНТРАЦІЇ НА ЗАДІЯНИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ

- (24) Під час розгляду справи встановлено наступне:
- (25) задіяними товарними ринками в рамках заявленої концентрації є загальнодержавні ринки: деревоволокнистої плити середньої щільності/деревоволокнистої плити високої щільності [даний товарний ринок включає шліфований МДФ, шліфований ХДФ, Т-ХДФ], покритого МДФ (даний товарний ринок включає ЛМДФ), покритого ХДФ (даний товарний ринок включає Л-ХДФ), ламінованої підлоги. Разом з цим, учасники концентрації здійснюють діяльність на вертикальних ринках, а саме: на загальнодержавних ринках смол та карбамідо-формальдегідного концентрату, що використовуються під час виробництва плит ДСП, МДФ та ХДФ декоративного та імпрегнованого паперу.
- (26) За інформацією заявників:
- (27) у жовтні 2015 року було збудовано та почато процес пуску-налагоджування «Відділення з підготовки та зберігання смол ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ». [конфіденційна інформація];
- (28) за підсумками 2016 року, усі смоли ([конфіденційна інформація]), не реалізовувалися третім особам, а використовувалися ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» виключно для власних потреб – виробництва плит МДФ та ХДФ. Смола [конфіденційна інформація] ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ»

- реалізував *[конфіденційна інформація]* споживачу – *[конфіденційна інформація]*, що використовує таку смолу для виробництва деревоволокнистих плит.
- (29) Враховуючи, що обсяги продажів смол, що використовуються для виробництва плит МДФ та ХДФ були дуже незначними і нерегулярними, її частка на загальнодержавному ринку смол, що використовуються під час виробництва плит МДФ та ХДФ у 2016 році є незначною і становить *[конфіденційна інформація]* відсотків.
- (30) Крім того, ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» у 2016 році виробляв смоли, що використовуються для виробництва плит ДСП, і які реалізовувалися третім непов'язаним особам. Група Продавця зазначає, що обсяги продажів цих видів смол були дуже незначними і нерегулярними, а тому не можуть розглядатися як основний вид господарської діяльності ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ».
- (31) *[конфіденційна інформація]*.
- (32) *[конфіденційна інформація]*.
- (33) Крім того, в 2015 році Група Покупця реалізувала на території України смоли, що використовуються для виробництва ДСП. *[конфіденційна інформація]*.
- (34) Основними конкурентами учасників концентрації на загальнодержавних ринках смол, які використовуються під час виробництва плит ДСП, МДФ та ХДФ є: ТОВ «КАРПАТСМОЛИ», товариство з обмеженою відповідальністю з іноземними інвестиціями «ЄВРОЛЕНД» (м. Перечин, Закарпатська обл., Україна), компанії «S.C. Egger technologia SRL» (Румунія) та «Dynea Hungary KFT» (Угорщина).
- (35) Декоративний папір – це аркуші гомогенного одношарового чи багатшарового паперу з целюлози з декоративною поверхнею. Декоративний папір використовується для каширування або ламінування деревоволокнистих і деревостружкових плит.
- (36) Щоб здійснити ламінування деревоволокнистих і деревостружкових плит декоративним папером, цей папір імпрегують (посочують) смолами. В результаті чого отримується імпрегований папір, яким у подальшому ламінується плита.
- (37) *[конфіденційна інформація]*.
- (38) Конкурентами Групи Покупця на ринку іпрегованого паперу є: компанії «Schattdecor Sp.z.o.o.» (Польща), «INTERPRINT Polska Sp.z.o.o.» (Польща), «Schoeller Technocell GmbH & Co. KG» (Німеччина), «DAKOR Melamin Impragnierungen GmbH» (Німеччина) та інші.
- (39) Враховуючи незначні та нерегулярні обсяги постачання/виробництва учасниками концентрації смол та карбамідо-формальдегідного концентрату, що використовуються під час виробництва плит ДСП, МДФ та ХДФ, декоративного та імпрегovanого паперу, заявлена концентрація не призводить до монополізації чи суттєвого обмеження конкуренції на відповідних ринках.
- (40) За інформацією заявників:
- (41) відповідно до ДСТУ 2149-93 «Матеріали з подрібненої деревини. Терміни і визначення», деревоволокниста плита (ДВП) – це листовий матеріал, виготовлений шляхом гарячого пресування або сушіння килима з деревних волокон із доданням, при необхідності, зв'язуючих та спеціальних добавок.
- (42) За інформацією, наданою держаним підприємством «Укрпромзовнішекспертиза» (далі – ДП «Укрпромзовнішекспертиза») (м. Київ, Україна) у листі від 24.04.2017 № 1033 (зарєстрованим у Комітеті 27.04.2017 за № 8-24/3995):
- (43) розрізняють чотири основних види деревоволокнистих плит: м'які (ЛДФ); плити середньої щільності (МДФ); тверді плити ДВП (ХДФ); надтверді плити ДВП.
- (44) Плити ДВП в Україні виробляються шліфованими (МДФ, ХДФ), а також ламінованими (ЛМДФ), або лакованими (Л-ХДФ).

- (45) Технологія отримання плит МДФ і ХДФ/Т-ХДФ однакова, їх можна виробляти на одній технологічній лінії. Перехід від виробництва одного виду плити до іншого не вимагає додаткових витрат. Тобто, виробник може в залежності від попиту швидко переходити від виробництва МДФ до виробництва ХДФ/Т-ХДФ, і навпаки.
- (46) Водночас, з точки зору попиту (споживання) МДФ, ХДФ і Т-ХДФ мають різні сфери застосування. Так, плита МДФ використовується для виробництва меблевих фасадів, стінових і стельових панелей тощо. ХДФ і Т-ХДФ використовуються для виробництва задніх стінок корпусних та м'яких меблів, внутрішніх дверей тощо. Також ХДФ товщиною 7 – 12 мм використовується як основа у виробництві ламінованої підлоги (ламініату).
- (47) За інформацією заявників:
- (48) досліджувані види продукції, зокрема МДФ, ХДФ/Т-ХДФ мають товари-замінники, однак вони через свої фізико-механічні особливості і зазвичай вищу ціну не забезпечують повноцінної споживчої та цінової взаємозамінності.
- (49) Разом з цим, відповідно до рішень Європейської Комісії у справах № COMP/M.4048 – SONAE INDUSTRIA/TARKETT/JV та № COMP/M.4165 – SONAE INDÚSTRIA/HORNITEX: «МДФ та ХДФ належать до одного товарного ринку, оскільки їх виробництво може здійснюватися на одній виробничій лінії та з використанням одного виробничого процесу. Зазвичай ті самі постачальники постачають як МДФ, так і ХДФ. Навіть, якщо окремі постачальники зосереджені більше на виробництві одного виду продукції, МДФ та ХДФ, як правило, виробляються на тих самих виробничих лініях, оскільки перехід від виробництва одного до іншого продукту не вимагає значних додаткових витрат, вони є повністю взаємозамінними з точки зору пропозиції».
- (50) Отже, виходячи з технології виробництва плити МДФ, ХДФ і Т-ХДФ формують один товарний ринок МДФ/ХДФ.
- (51) За інформацією ДП «Укрпромзовнішекспертиза»:
- (52) ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінована підлога виділені в окремі товарні ринки, оскільки їх виробництво здійснюється на різних виробничих лініях, і вони мають різні сфери використання.
- (53) Технологія ламінування МДФ передбачає нанесення на поверхню МДФ під тиском і високою температурою плівки ПВХ або просоченого спеціальними смолами паперу. ЛМДФ використовується у виробництві меблевих фасадів, стінових панелей, дверей тощо.
- (54) Технологія лакування ХДФ передбачає нанесення на поверхню плити ХДФ лакофарбового покриття, стійкого до ультрафіолетових променів. Л-ХДФ використовується для виробництва задніх стінок меблів, обшивки інтер'єру вагонів, корпусів акустичних систем і музичних інструментів тощо.
- (55) Технологія виробництва ламінованої підлоги (ламініату) включає наступні технологічні операції: підготовка плити ХДФ; просочування верхнього шару паперу спеціальними смолами; облицювання плити ХДФ; розпилювання плити ХДФ на необхідні типорозміри, вирізання на фрезерному верстаті стикових пазів (замків); упаковка отриманого ламініату.
- (56) За інформацією заявників:
- (57) ламінована підлога потенційно може бути замінена іншими матеріалами, такими як плитка/кахлі та підлога з натурального дерева (паркет). Однак з комерційної точки зору така заміна не є можливою, зважаючи на вимоги кінцевого споживача, а також вищу ціну деяких альтернативних матеріалів, наприклад, таких як паркет.
- (58) Існують різні класи зносостійкості ламінованої підлоги – 31-й, 32-й, 33-й. Ступінь стійкості до стирання, а отже клас зносостійкості та клас навантаження визначає

частка корунду в «оверлеї». Чим більше корунду в меламіновому шарі, тим більш високий клас ламінованої підлоги.

- (59) Отже, різна якість (клас) ламінованої підлоги забезпечується додаванням різної кількості корунду, що не призводить до модифікацій лінії виробництва підлоги. Відповідно, зазначені класи ламінованої підлоги можуть вироблятися на одній виробничій лінії та з використанням одного виробничого процесу.
- (60) Враховуючи викладене, товарними межами досліджуваних ринків є МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінована підлога.
- (61) За інформацією ДП «Укрпромзовнішекспертиза», наданою заявниками листом від 26.04.2017 № 2017-04/08 (zareєстрованим в Комітеті 26.04.2017 за № 8-01/259-кі):
- (62) загальною тенденцією останніх років є зниження обсягів експорту всіх видів продукції.
- (63) Протягом 2011 – 2016 років Україна експортувала досліджувані види продукції у майже 60 країн, і основні поставки припали на країни СНД і Східної Європи. Починаючи з 2014 року, через військово-політичний конфлікт з Російською Федерацією, структура експорту різко змінилася на користь країн ЄС.
- (64) Разом з цим, загальною тенденцією для всіх досліджуваних видів продукції є суттєве зменшення обсягів імпорту протягом 2013 – 2015 років та часткове відновлення (зростання) в 2016 році.
- (65) На ринках досліджуваних видів продукції представлені як вітчизняні, так і зарубіжні виробники. Найбільші вітчизняні виробники – ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ», ПрАТ «Фанплит», ТОВ «Уніплит». Серед іноземних виробників найбільше представлена продукція Kronospan Group, Swiss Krono Group, концерн «БелЛесБумПром» (Республіка Білорусь), компанії «Pfleiderer MDF Sp. z o.o.».
- (66) За інформацією заявників:
- (67) сукупна частка учасників концентрації на ринках МДФ/ХДФ, ЛМДФ за підсумками 2014, 2015, 2016 років *[конфіденційна інформація]* перевищувала *[конфіденційна інформація]* відсотків;
- (68) сукупна частка учасників концентрації на ринку Л-ХДФ за підсумками 2014, 2015, 2016 років перевищувала *[конфіденційна інформація]* відсотків;
- (69) сукупна частка учасників концентрації на ринку ламінованої підлоги за підсумками 2014 року не досягала *[конфіденційна інформація]* відсотків, а за підсумками 2015, 2016 років перевищувала *[конфіденційна інформація]* відсотків. ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» розпочав виробництво ламінованої підлоги у 2011 році.

7. ЩОДО КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКАХ МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ЛАМІНОВАНОЇ ПІДЛОГИ

- (70) За інформацією ДП «Укрпромзовнішекспертиза», наданою заявниками листом від 26.04.2017 № 2017-04/08 (zareєстрованим в Комітеті 26.04.2017 за № 8-01/259-кі):
- (71) на українському ринку плит МДФ і ХДФ у 2011 – 2016 роках була представлена продукція більше 15 виробників, в сегменті ЛМДФ – 14 виробників, в сегменті Л-ХДФ – 11 виробників, в сегменті ламінованої підлоги – більше ніж 20 виробників;
- (72) вітчизняними виробниками: плити МДФ і ХДФ є ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» [частина плит МДФ використовується товариством в подальшому для виробництва ламінованого МДФ; плити ХДФ – для виробництва ламінованої підлоги (ламініату)], ПрАТ «Фанплит», ТОВ «Уніплит» (частина ХДФ використовується товариством для виробництва лакованого ХДФ), товариства з

- обмеженою відповідальністю «Мебель-Сервіс» (далі – ТОВ «Мебель-Сервіс») (м. Радехів, Львівська область Україна), «Укрюг» (далі – ТОВ «Укрюг») (м. Біла Церква, Київська обл., Україна) [є великими виробниками меблів, і значну частину виробленого МДФ використовують для власних потреб]; ламінованого МДФ/ХДФ та ламінованої підлоги – ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ»; Л-ХДФ – ТОВ «Уніплит»;
- (73) крім того, споживачі ЛМДФ та Л-ХДФ та інші суб'єкти господарювання, зокрема виробники корпусних меблів, дверей, мають можливість самостійно ламінувати або фарбувати плити МДФ/ХДФ.
- (74) Крім того, для всіх виробників характерним є зниження завантаженості потужностей протягом 2014 – 2016 років.
- (75) Основні постачальники-нерезиденти: Kronospan Group (МДФ, ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінат), Swiss Krono (МДФ, ЛМДФ, ламінат), БелЛесБумПром (МДФ, ЛМДФ), Kastamonu (ХДФ, ЛХДФ), Pfleiderer (ХДФ, ЛХДФ), Egger (ЛМДФ, ламінат), Classen (ламініат), Tarkett (ламініат).
- (76) Протягом 2011 – 2016 років Україна імпортувала деревоволокнисті плити більше ніж з 30 країн світу. Основними країнами-постачальниками були Польща, Німеччина, Китай, Російська Федерація та Білорусь.
- (77) В сегменті МДФ/ХДФ попит на українському ринку протягом 2011 – 2016 років покривався головним чином за рахунок продукції вітчизняного виробництва. Частка українських виробників була понад *[конфіденційна інформація]* відсотків.
- (78) В сегменті ЛМДФ протягом 2011 – 2016 років на внутрішньому ринку відбувся перерозподіл на користь вітчизняного виробництва – з *[конфіденційна інформація]* до *[конфіденційна інформація]* відсотків.
- (79) В сегменті Л-ХДФ протягом 2011 – 2016 років посилилася залежність від іноземних постачальників. Частка українського виробництва була близько *[конфіденційна інформація]* відсотків.
- (80) В сегменті ламінованої підлоги домінує імпорт, з часткою понад *[конфіденційна інформація]* відсотків.
- (81) Склад учасників досліджуваних ринків, що мали найбільші частки протягом 2013 – 2016 років був достатньо стабільний. Разом з тим, слід відмітити появу з 2013 року на внутрішньому ринку МДФ/ХДФ ТОВ «Мебель-Сервіс», що є великим виробником меблів (товариство частину МДФ почало реалізовувати на вільному ринку).
- (82) Разом з тим, у радіусі 700 км від ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» знаходяться білоруські заводи, що входять до державного концерну «БелЛесБумПром», із загальною потужністю виробництва МДФ/ХДФ понад 700 000 м³ на рік. Польські виробники («Ikea Industry» (Орла), «Pfleiderer» (Граєво), «Homanit» (Кросно), які є виробниками Т-ХДФ та ХДФ і мають загальну виробничу потужність близько 750 000 м³ на рік. Російські виробники МДФ/ХДФ загальною потужністю близько 600 000 м³ на рік. Також передбачається введення в експлуатацію нових потужностей в обсязі близько 800 000 м³ на рік.
- (83) Для заводів-виробників МДФ/ХДФ, виробництво ламінованої підлоги є супутнім, оскільки підлога є похідним продуктом. Виробниками ламінованої підлоги у радіусі 700 км від ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» є білоруські, російські виробники. Крім того, присутній імпорт з країн Західної Європи, зокрема із Німеччини та Бельгії.
- (84) За інформацією заявників:
- (85) плити МДФ та ХДФ використовуються, як правило, у меблевій та будівельній галузі, замінюючи ті чи інші види будівельних матеріалів (як правило, дерев'яні, але не виключно), елементах декору. Майже завжди ці товари є деталями для виготовлення кінцевого продукту.

- (86) МДФ, ХДФ мають широкий спектр застосування, що забезпечує існування багатьох потенційних альтернатив конкурентів;
- (87) ЛМДФ та Л-ХДФ є похідною продукцією від МДФ і ХДФ, а основні споживачі ЛМДФ та Л-ХДФ – виробники меблів можуть самостійно ламінувати або фарбувати плити МДФ/ХДФ для власних потреб.
- (88) За інформацією ТОВ «Свиспан Лімітед» (м. Костопіль, Рівненська обл., Україна), наданою у листі від 27.03.2017 № 1-13/333 (zareestrovaniy в Комітеті 03.04.2017 за № 8-24/3040):
- (89) переважна більшість споживачів ДСП та ЛДСП також є споживачами ХДФ і МДФ.
- (90) Деревностружкова плита (ДСП) – дешевий листовий композиційний матеріал, вироблений гарячим пресуванням деревинних частинок, переважно стружки, із введенням спеціальних добавок.
- (91) ДСП застосовують для вироблення корпусних, м'яких та інших меблів, будівельних елементів, тари.
- (92) Плити можуть бути облицьовані шпоном, папером, полімерними плівками, пластиком (ЛДСП, глянцева ЛДСП, шпонована ДСП).
- (93) На ринку ДСП представлені як вітчизняні, так і зарубіжні виробники. Найбільші вітчизняні виробники – ТОВ «Кроноспан УА», ТОВ «СВІС КРОНО», ТОВ «СВИСПАН ЛІМІТЕД», ТОВ «ЧЕРКАСЬКИЙ ДОК». Серед іноземних виробників найбільше представлена продукція Kronospan Group, Swiss Krono Group, Група Egger (Росія), Група ІКЕА (Росія).
- (94) Частка Групи Покупця на ринках ДСП/QSB та ЛДСП/глянцева ЛДСП/ шпонована ДСП не перевищує 35 відсотків.
- (95) Враховуючи порівняно незначні частки на ринках ДСП/QSB та ЛДСП/глянцева ЛДСП/шпонована ДСП Групи Покупця, заявлена концентрація не призводить до монополізації чи суттєвого обмеження конкуренції на відповідних ринках.

8. АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ АНТИКОНКУРЕНТНИХ НАСЛІДКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ

8.1. ОДНОСТОРОННІ АНТИКОНКУРЕНТНІ НАСЛІДКИ.

- (96) За інформацією заявників:
- (97) *[конфіденційна інформація]*.
- (98) Група Покупця зацікавлена в оптимізації існуючих технологій з метою підвищення ефективності ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ».

8.2. КООРДИНУЮЧІ НАСЛІДКИ (ЕФЕКТИ).

- (99) За інформацією заявників:
- (100) на сьогодні, в Європі споживання МДФ, ХДФ, Т-ХДФ, Л-ХДФ становить 10,7 мільйонів м³, що відповідає 21 м³/1000 чоловік. В Україні споживання зазначених вище товарів знаходиться на рівні 300 000 м³, що у перерахунку становить 7 м³/1000 чоловік. Порівняння ринків Європи та України показує, що ринок України на даному етапі є дуже малим та незрілим, а крім того, зазнав негативного впливу у зв'язку з політико-економічною ситуацією.
- (101) Отже, з урахуванням характеристик ринків МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги, конкуренти не мають і не матимуть можливості чи стимулу займатись координацією своєї поведінки в результаті здійснення концентрації.

9. ВРІВНОВАЖУЮЧІ ЧИННИКИ

9.1. ВРІВНОВАЖУЮЧА ВЛАДА ПОКУПЦЯ

- (102) За інформацією заявників:

- (103) найбільшими прямими споживачами МДФ/ХДФ, ЛМДФ та ламінованої підлоги є дистриб'ютори та торгові мережі, через які здійснюється реалізація товарів для кінцевого споживача.
- (104) Дистриб'ютори зазвичай розширюють асортимент продукції за рахунок різних виробників. Тому ще одним аргументом існування значної конкуренції на відповідних ринках є зміна дистриб'юторами постачальників. Перехід від однієї продукції до іншої того самого постачальника, або зміна постачальника не вимагає від дистриб'юторів багато часу, або додаткових інвестицій.
- (105) Так, пошук дистриб'юторами нових постачальників може вивести на ринок нових конкурентів, оскільки бар'єри вступу незначні, більш того, постачання товарів методом dropshipping (прямих поставок) глобально зменшує операційні витрати суб'єкта господарювання на реалізацію (відсутні витрати на персонал, складування, маркетинг).
- (106) За інформацією ДП «Укрпромзовнішекспертиза»:
- (107) наявність «ринку Покупця» може свідчити той факт, що зростання цін на досліджувані види продукції протягом 2014 – 2016 років було нижчим, ніж девальвація гривні.
- (108) Так, гривня протягом 2014 – 2016 років девальвувала по відношенню до долара США у 3,2 рази, в той час як ріст цін на досліджувані види продукції становив лише 2 – 2,5 рази.

9.2. ОПИС ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВСТУП НА РИНКИ МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ЛАМІНОВАНОЇ ПІДЛОГИ

9.2.1. Витрати, пов'язані із вступом на ринки МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ та ламінованої підлоги в Україні

- (109) За інформацією ДП «Укрпромзовнішекспертиза»:
- (110) створення нового виробництва досліджуваних видів продукції вимагає відповідних інвестицій.
- (111) Крім інвестиційних витрат, необхідні доступ до сировини (деревини) та необхідної інфраструктури (енергетики, автошляхів, залізниці) та наявність виробничих компетенцій і кваліфікованих працівників.
- (112) В Україні щорічно заготовлюється до 20 млн. м³ деревини, чого достатньо для забезпечення виробництва деревних плит. Український ринок праці через значну стагнацію переробної промисловості дозволяє знайти працівників необхідної кваліфікації. Також в Україні достатньо майданчиків з інфраструктурою, необхідною для розміщення виробництва.
- (113) Водночас, немає потреби у створенні окремих виробничих підприємств за наявності можливості безперешкодно імпортувати продукцію за нульовою ставкою ввізного мита. Для реалізації таких проектів достатньо створити ефективну дистриб'юторську мережу, яка не вимагає суттєвих інвестицій. Відповідно, крім інвестицій у дистрибуцію, не існує інших бар'єрів для імпорту та/або збуту продукції на досліджуваних товарних ринках.
- (114) За інформацією заявників:
- (115) на задіяних товарних ринках існують налагоджені канали збуту та розгалужені дистриб'юторські мережі. Будь-який виробник та/або імпортер, який планує вийти на українські задіяні товарні ринки, доволі швидко може знайти дилера, дистриб'ютора чи торговельну мережу для просування та продажу своєї продукції.

9.2.2. Юридичні або регуляторні бар'єри вступу

- (116) За інформацією наданою Державною фіскальною службою України у листі від 28.04.2017 № 7146/5/99-99-07-03-01-16 (zareestrovanim у Комітеті 03.05.2017 за № 11-24/4101):

- (117) ставка ввізного мита на продукцію, що класифікується в товарних позиціях 4411 (Плити деревоволокнисті з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів з додаванням або з без додавання смол або інших органічних зв'язувальних речовин), становить «0 відсотків» у відповідності до Митного тарифу України, затвердженого Законом України від 19 вересня 2013 року № 584-VII.
- (118) За інформацію заявників:
- (119) згідно з чинним законодавством України виробники плит МДФ та ламінованої підлоги повинні отримати висновки державної санітарно-епідеміологічної експертизи і сертифікати відповідності.
- (120) Вартість проведення державної санітарно-епідеміологічної експертизи встановлюється відповідно до тарифів (прейскурантів) на роботи і послуги, що виконуються і надаються за плату установами та закладами державної санітарно-епідеміологічної служби, затверджених постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження тарифів (прейскурантів) на роботи і послуги, що виконуються і надаються за плату установами та закладами державної санітарно-епідеміологічної служби» від 27.08.2003 № 1351.
- (121) Строк виконання державної санітарно-епідеміологічної експертизи становить 30 діб з дати надходження документів, необхідних для її проведення, до виконавців експертизи. Цей строк може бути продовженим у разі необхідності проведення додаткових досліджень.
- (122) Отже, за винятком незначних витрат, пов'язаних з просуванням нової продукції, та певних регуляторних бар'єрів (отримання висновку санітарно-епідеміологічної експертизи), фактично не існує жодних інших перешкод для вступу на відповідний ринок суб'єктів господарювання – постачальників. Основним урівноважуючим чинником є відкритість ринку МДФ/ХДФ, можливість придбавати відповідну імпортну продукцію.

10. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКІВ МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ЛАМІНОВАНОЇ ПІДЛОГИ

- (123) За інформацією ДП «Укрпромзвнішекспертиза»:
- (124) проведений економетричний аналіз свідчить, що основним драйвером внутрішнього попиту на МДФ, ХДФ, ЛМДФ та Л-ХДФ є виробництво меблів. А також демонструє залежність між попитом на деревоволокнисті плити та динамікою споживчих витрат населення та рівня ВВП.
- (125) Згідно прогнозу Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, темп приросту ВВП в 2017 році складе 3 відсотки. Протягом 2018 – 2020 років середньорічні темпи приросту ВВП зростуть до 4 – 5 відсотків в рік.
- (126) За таких умов внутрішній попит на МДФ+ХДФ протягом 2017-2020 рр. зросте на 13 відсотків до 146 тис. м³ на рік, на ЛМДФ – на 30 відсотків до 4,1 млн. м²/рік, на Л-ХДФ – до 14,5 млн. м²/рік, на ламіновану підлогу – на 22 відсотки до 14,5 млн. м²/рік.
- (127) За інформацією заявників:
- (128) беручи до уваги, що споживання на душу населення в Європі на рівні 21 м³/1000 чел., а в Україні – 7 м³/1000 чел., вбачається високий потенціал розвитку цього ринку в Україні. Він може з легкістю досягнути 1,0 мільйона м³ у наступні 10 – 15 років за рахунок розвитку меблевої промисловості та виробництва ламінованої підлоги, як це сталося за останні 20 років у Польщі та Балтійських країнах.
- (129) Наявність деревини та низька вартість робочої сили можуть сприяти швидкому розвитку цих ринків в Україні, а також перенесенню виробничих потужностей з Європи в Україну.

- (130) Прогнозується, що обсяг ринку МДФ/ХДФ в Україні зростатиме близько 10 відсотків у 2017 році, та близько 6 відсотків в усі наступні роки. *[конфіденційна інформація]*. Обсяги виробництва інших українських виробників теж будуть зростати.
- (131) Очікується приріст на ринку ЛМДФ на 8 – 9 відсотків. Найближчим конкурентом Групи Покупця можна вважати групу компаній Концерну «БелЛесБумПром». Зростатимуть частки російських імпортерів: Групи Еггер та інших.
- (132) Група Покупця також вбачає тенденцію розвитку українського ринку ламінованої підлоги. Так, відчутним є відкладений попит, коли український покупець не витрачав зайвих коштів під час кризи останніх 2 років. Прогнозується зростання обсягів цього ринку приблизно на 10 відсотків щорічно, починаючи з 2017 року. Український товарний ринок ламінованої підлоги і надалі залишиться висококонкурентним (частка інших виробників-імпортерів становитиме *[конфіденційна інформація]* відсотків).
- (133) *[конфіденційна інформація]*.
- (134) Позитивна динаміка приросту ринку МДФ/ХДФ, ЛМДФ та лакованого ХДФ зумовлена прогнозом приросту виробничих потужностей українських виробників меблів та відновленням виробництв після кризи 2014 – 2015 років. Українські виробники меблів завойовують нові ринки Західної Європи, про що свідчить зростання експорту у такі країни як Польща, Німеччина, Австрія, Болгарія, Скандинавські країни. Потенційними для них залишаються ринки Середньої Азії. Слід зазначити, що із позитивною динамікою зростання ВВП зростатиме і купівельна спроможність українського споживача.
- (135) Група Покупця вважає, що нові учасники ринку можуть постачати товари належної якості та за ціною, що буде конкурентною товарам українських виробників. Іноземні виробники за участю українських дилерів мають можливість організувати поставки по всій території України, використовуючи оптимальні методи доставки.
- (136) Зважаючи на хороше забезпечення деревиною та кадровим ресурсом, недостатньо використаний потенціал меблевої промисловості, вигідне логістичне розташування з виходом до морського узбережжя, Україна може нарощувати експортну складову як у меблевій, так і у деревообробній галузі в цілому.

11. АНАЛІЗ ВІДПОВІДЕЙ, ЩО НАДІЙШЛИ ВІД УЧАСНИКІВ ЗАДІЯНИХ РИНКІВ.

- (137) В ході розгляду справи про концентрацію були опитані конкуренти учасників концентрації, дилери, дистриб'ютори та торговельні мережі, споживачі МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги.
- (138) Дилери, дистриб'ютори та торговельні мережі, конкуренти та частина споживачів вважають, що задіяні товарні ринки насичені.
- (139) При цьому, думки учасників ринків щодо негативних наслідків концентрації, зокрема стосуються:
- (140) обмеження доступу потенційних імпортерів на задіяні ринки у зв'язку зі значним зниженням ціни на продукцію;
- (141) можливості учасників концентрації реалізовувати продукцію «пакетом» [коли реалізовується МДФ/ХДФ лише за умови придбання певного обсягу ДСП (нав'язування)]. Можливий негативний вплив на ринок плит ДСП;
- (142) негативного впливу на ринок сировини, зокрема, лісосировини, хімічних компонентів внаслідок концентрації. Втрата доступу постачальників на ці ринки;
- (143) загроз підвищення цін на товари на задіяних ринках;
- (144) загроз, припинення або різкого зменшення імпорту товарів на задіяних ринках.
- (145) В той же час, за інформацією заявників:

- (146) щодо обмеження доступу потенційних імпортерів на задіяні ринки у зв'язку зі значним зниженням ціни на продукцію;
- (147) Група Покупця не має важелів впливу на імпортерів та не може їх спонукати до «входу» чи «виходу» на/з ринку. Такі «важелі впливу» наявні виключно у споживачів продукції та відповідних регуляторних органів та зумовлюються загальною ситуацією на ринку;
- (148) незважаючи на те, що Об'єкт придбання на даному етапі є одним із небагатьох українських виробників зазначеної у заяві продукції, за весь період своєї діяльності не диктував на будь-яких задіяних ринках свої умови. Твердження про те, що Група Покупця зможе диктувати умови на ринку є надуманим та не підтверджується жодними доказами, у той час як ситуація, що склалася на ринку, свідчить про зовсім інші тенденції;
- (149) на даний момент українському споживачу доступна імпортна продукція, яка може бути навіть дешевшою за аналогічну українську продукцію. Здешевлення товарів є можливим за рахунок зменшення собівартості товарів. В Україні у порівнянні з такими країнами як Білорусія та Росія, не спостерігається значної різниці у собівартості продукції, що планується до випуску, а тому компанії-виробники будуть як мінімум у рівних умовах. Група Покупця не вбачає можливості зменшення ціни до таких показників, що дадуть змогу витіснити з ринку наявних імпортерів, оскільки така позиція призведе до збитковості діяльності Групи Покупця. Навпаки – дешеві білоруські товари (в сегменті МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ) та китайські (в сегменті ламінованої підлоги) створюють значну конкуренцію українському виробнику;
- (150) щодо можливості учасників концентрації реалізовувати продукцію «пакетом»;
- (151) дійсно, Група Покупця може запропонувати споживачу широкий спектр деревопохідних товарів, у тому числі ДСП, ЛДСП. Проте говорити про «нав'язування» інших товарів при придбанні ХДФ та МДФ недоцільно, оскільки:
- (152) на зазначених ринках існує значна влада покупця;
- (153) Група Покупця змагається за свого покупця шляхом створення якісного товару за конкурентною ціною;
- (154) Група Покупця має достатню клієнтську базу як споживачів МДФ, ХДФ, так і споживачів ДСП, ЛДСП і не обумовлює можливість придбання одного виду товарів іншим видом товарів – зокрема в договорах з клієнтами Групи Покупця такі зобов'язання відсутні;
- (155) клієнти вільні у своєму виборі щодо того, які саме товари купувати. Ринки ДСП і ЛДСП є збалансованими, і Група Покупця не займає на них домінуючого становища;
- (156) щодо негативного впливу на ринки сировини:
- (157) Група Покупця вважає, що внаслідок запланованої концентрації не буде негативних наслідків для ринків сировини, що використовується під час виробництва МДФ, ХДФ, ЛМДФ та ламінованої підлоги. Завод Групи Покупця, що має виробничі потужності у місті Нововолинську, Волинської області, спеціалізується на виготовленні ДСП, тоді як Об'єкт придбання виготовляє МДФ, ХДФ, ЛМДФ, ламіновану підлогу. В той час як виробництво ДСП може відбуватися на відходах деревини, виробництво МДФ, ХДФ, ЛМДФ, ламінованої підлоги здійснюється виключно на основі круглої деревини. Крім того, придбання деревини здійснюється підприємствами, в основному, за територіальним принципом з метою здешевлення вартості перевезень та, відповідно, собівартості виробництва кінцевої продукції;

- (158) крім того, Група Покупця надає перевагу великій диверсифікованій кількості постачальників сировини і для неї, як для міжнародної групи, дуже важливо, щоб лісосировина мала легітимне походження і закуповувалася прозоро, відповідно, Група Покупця буде брати участь у відкритих аукціонах із закупівлі деревини;
- (159) обсяги придбання хімічних компонентів на українському ринку для виробництва зазначеної продукції є незначними, а тому, на думку Групи Покупця, говорити про вплив концентрації на цей ринок недоцільно;
- (160) щодо загроз підвищення цін на товари на задіяних ринках:
- (161) ціни на товари учасників концентрації через складну політичну ситуацію в Україні, воєнний конфлікт на Сході країни та економічну кризу мали і продовжують мати тенденцію до зниження. Для підвищення використання потужностей ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» існують дві основні стратегії: виробляти якісний товар за ціною, яка буде доступною для споживача і спонукатиме розвиток виробництва меблів, а також інших товарів, для виробництва яких використовуються МДФ/ХДФ, для подальшого споживання як в Україні, так і на експорт. Як зазначалося раніше, існує жорстка конкуренція як на внутрішньому ринку, так і при експорті готової продукції з України. Відповідно, ціноутворення має бути виважене та збалансоване;
- (162) щодо загроз, припинення або різкого зменшення імпорту товарів на задіяних ринках:
- (163) за прогнозами Групи Покупця, обсяги імпорту зазначеної продукції не зменшаться, а навпаки зростуть. Як зазначалося раніше, приблизно в радіусі 700-1000 км від Об'єкта Придбання розташовано більше 20 підприємств з виробництва МДФ, ХДФ та похідних від них товарів. Зважаючи на кількість цих підприємств, особливо в Республіці Білорусь, та кількість населення цієї держави (менше 10 млн. чол.), зрозуміло, що ці підприємства орієнтовані переважно на експорт, зокрема, до найближчого сусіда – України.

12. ПОЗИТИВНИЙ ЕФЕКТ ВІД ЗДІЙСНЕННЯ ЗАПЛАНОВАНОЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ

- (164) За інформацією заявників:
- (165) в рамках Запланованої Трансакції Група Покупця має намір оптимізувати існуючі технології та підвищити ефективність ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ».
- (166) Група Покупця також розглядає можливість залучення значних додаткових реальних інвестицій, *[конфіденційна інформація]*.
- (167) Група Покупця планує нарощувати експортний потенціал продукції з високою доданою вартістю. На даному етапі, в Україні заготовлюється близько 18 млн. м³ деревини на рік, з яких більше ніж 50 відсотків експортується у сирому вигляді (без подальшої обробки). Розвиток експортних можливостей вітчизняного виробника деревних плит є найбільш вірогідним у цій сфері.
- (168) На даний час завантаженість ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» становить *[конфіденційна інформація]* відсотків *[конфіденційна інформація]*, що свідчить про те, що у Об'єкта придбання не у повній мірі налагоджені канали збуту вказаної продукції на експорт, що відбулося зокрема через втрату частини своїх ринків експорту, зокрема, ринків Росії.
- (169) В той же час, Група Покупця, як міжнародна група, має більш розвинену структуру як внутрішнього збуту, так і збуту на експорт та володіє достатніми ресурсами для її розширення, що дозволить збільшити експорт власної продукції та збільшити валютні надходження в Україну, так і задовольнити потреби вітчизняного ринку в цьому виді продукції.

- (170) Група Покупця вважає, що запланована трансакція, в цілому, матиме наступні переваги для українського ринку, споживачів, економіки та інвестиційного клімату:
- (171) в економічній сфері – додаткові інвестиції в економіку, додаткові податкові надходження до місцевого та державного бюджетів, збільшення експортного потенціалу, зростання надходжень до бюджету завдяки збільшенню обсягів експорту продукції;
- (172) переваги для потенційних покупців – диверсифікація портфелю продукції Об'єкта придбання, покращення ефективності логістики, строків поставки споживачам. В умовах поточної економічної кризи та інфляції виробництво на території України дозволить зменшити залежність від коливання валютних курсів, процесу імпортування, строків та додаткових логістичних витрат, що в кінцевому рахунку сприятиме покращенню кон'юнктури ринку та підвищить рівень задоволеності споживачів. Окрім конкурентної цінової складової, споживачі виграють від доступу до інноваційного продукту з «перших рук», та високої екологічної відповідальності виробника. Група Покупця орієнтована на клієнта, який хоче обрати найкращий товар відносно його ціни, якості та сервісу. Таким чином, Група Покупця передбачає лише позитивний результат від майбутнього придбання;
- (173) в інвестиційній сфері – враховуючи поточну економічну кризу в Україні та загалом у світі, той факт, що Група Покупця – потужний стратегічний інвестор – хоче інвестувати у виробництво МДФ, ХДФ, ЛМДФ, ламінованої підлоги в Україні, стане добрим знаком й для інших інвесторів та укріпить віру у відновлення української економіки та дії українського уряду, як серед інвесторів, так і серед споживачів.
- (174) Зважаючи на наведене вище, учасники концентрації вважають, що запланована трансакція сприятиме покращенню інвестиційної привабливості української деревообробної галузі та залученню додаткових коштів та інвестицій для її подальшого розвитку.

13. ВИСНОВКИ

- (175) Отже, враховуючи що:
- (176) на українському ринку плит МДФ і ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги у 2011 – 2016 роках представлена значна кількість виробників (резидентів та нерезидентів України);
- (177) ЛМДФ та Л-ХДФ є похідною продукцією від МДФ і ХДФ, а основні споживачі ЛМДФ та Л-ХДФ – виробники меблів – можуть самостійно ламінувати або фарбувати плити МДФ/ХДФ для власних потреб;
- (178) МДФ, ХДФ мають широкий спектр застосування, що забезпечує існування багатьох потенційних альтернатив конкурентів;
- (179) всі вітчизняні виробники МДФ і ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги мають значний відсоток незавантажених потужностей, що за певних умов дозволить наростити випуск відповідної продукції;
- (180) учасники концентрації зазнають значної конкуренції з боку іноземних виробників, зокрема, Білорусі, Росії, Польщі, Німеччини, які мають значні виробничі потужності в безпосередній близькості до кордонів України;
- (181) ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» втратив у 2014 році основний ринок збуту виробленої продукції (Росія), в результаті чого, значно зменшив виробництво своєї продукції;
- (182) покупець, як потужний стратегічний інвестор, має розвинену структуру внутрішнього та зовнішнього збуту, планує збільшити експорт виробленої ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» продукції, в тому числі на нові зовнішні ринки;

- (183) ринки є відкритими для входу/виходу нових учасників та не існує значних адміністративних бар'єрів для імпорту продукції [ставка ввізного мита на продукцію, що класифікується в товарних позиціях 4411 (Плити деревоволокнисті з деревини або з інших здерев'янілих матеріалів з додаванням або з без додавання смол або інших органічних зв'язувальних речовин) становить «0 відсотків»];
- (184) за таких умов, концентрація не призводить до монополізації чи суттєвого обмеження конкуренції на товарних ринках України.
- (185) В той же час, враховуючи структурні показники учасників концентрації, визначені законодавством про захист економічної конкуренції на ринках МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги, здійснення концентрації має бути обумовлене вимогами, дотримання яких усуватиме негативний вплив концентрації на конкуренцію.
- (186) Листом від 05.05.2017 № 2017-05/02 компанія «Kronospan Holdings P.L.C.» повідомила Антимонопольний комітет України, що готова взяти на себе зобов'язання, що усувають можливий негативний вплив концентрації на конкуренцію на ринках МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ та ламінованої підлоги.
- (187) Враховуючи викладене, керуючись статтями 7 та 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 25 і 31 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та підпунктами 1, 9 пункту 9 розділу XII Положення про порядок подання та розгляду заяв про попереднє отримання дозволу Антимонопольного комітету України на концентрацію суб'єктів господарювання, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 лютого 2002 року № 33-р, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 21 березня 2002 року за № 284/6572 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 21.06.2016 № 14-рп), Тимчасова адміністративна колегія Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

- (188) Надати дозвіл на концентрацію у вигляді придбання компанією «Kronospan Holdings P.L.C.» (м. Нікосія, Кіпр) акцій приватного акціонерного товариства «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» (м. Київ, Україна, ідентифікаційний код юридичної особи 37079170), що забезпечує перевищення 50 відсотків голосів у вищому органі управління товариства.
- (189) З метою усунення наслідків негативного впливу концентрації на конкуренцію, зобов'язати учасників концентрації:
- (190) не створювати неправомірних перешкод доступу на ринки МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги чи усунення з ринку МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги суб'єктів господарювання резидентів чи нерезидентів України продавців/виробників МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги.
- (191) З метою здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, запобігання, виявлення і припинення порушень цього законодавства на ринках МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ, ламінованої підлоги, зобов'язати компанію «Kronospan Holdings P.L.C.»:
- (192) протягом трьох років, починаючи з наступного року після здійснення концентрації один раз на рік, але в будь-якому разі, не пізніше 20 числа другого місяця

календарного року надавати Антимонопольному комітету України, інформацію стосовно:

- (193) обсягів виробництва, реалізації в Україні та експорту МДФ/ХДФ, ЛМДФ та ламінованої підлоги ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ»;
- (194) обсягів постачання (імпорту) Групою Покупця на загальнодержавні ринки України МДФ/ХДФ, ЛМДФ, Л-ХДФ та ламінованої підлоги та обсягів реалізації зазначеної продукції в Україні;
- (195) протягом двох років, починаючи з дня здійснення концентрації, надавати до Антимонопольного комітету України інформацію щодо збільшення ПрАТ «КОРОСТЕНСЬКИЙ ЗАВОД МДФ» ціни на МДФ/ХДФ, ЛМДФ більше, ніж на 10 відсотків. Інформування – не пізніше, ніж за 30 днів до запланованої дати збільшення ціни.

Голова Колегії

Н. СИДОРЕНКО