



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

04 липня 2024 р.

Київ

№ 214-р

Про розгляд
справи про узгоджені дії

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 126-25/11-23-УД про узгоджені дії,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Узгоджені дії між компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.» (м. Прага, Чеська Республіка), «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» (м. Стаффордшир, Велика Британія), товариством з обмеженою відповідальністю «Молсон Курз Україна» (далі – ТОВ «Молсон Курз Україна») (*Інформація, доступ до якої обмежено*) та приватним акціонерним товариством «Карлсберг Україна» (далі – ПрАТ «Карлсберг Україна») (*Інформація, доступ до якої обмежено*) про дистрибуцію й надання ліцензії, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору про дистрибуцію і надання ліцензії від 24 лютого 2023 року та домовленостями між сторонами, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору.

2. УЧАСНИКИ УЗГОДЖЕНИХ ДІЙ

- (2) Компанія «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» (м. Стаффордшир, Велика Британія);
компанія «Pivovary Staropramen s.r.o.» (м. Прага, Чеська Республіка);
ТОВ «Молсон Курз Україна» (*Інформація, доступ до якої обмежено*);
ПрАТ «Карлсберг Україна» (*Інформація, доступ до якої обмежено*).

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (3) До Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) надійшла заява уповноваженого представника компанії «Molson Coors Beverage Company» (далі – компанія «МС») (м. Голден, Колорадо, США) і приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна» (далі – ПрАТ «Карлсберг Україна») (*Інформація, доступ до якої обмежено*) від 21 серпня 2023 року вих. № 178-1 (зареєстрована в Комітеті 22.08.2023 за № 15-01/345-УДк) про надання дозволу на узгоджені дії у вигляді домовленостей між компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.» (м. Прага, Чеська Республіка) (далі – компанія «Pivovary Staropramen»), «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» (далі – компанія «МСВС») (м. Стаффордшир, Велика

Британія), товариством з обмеженою відповідальністю «Молсон Курз Україна» (далі – ТОВ «МС UA») (*Інформація, доступ до якої обмежено*) та ПрАТ «Карлсберг Україна» («Pivovary Staropramen», «МСВС», «МС UA» та ПрАТ «Карлсберг Україна», далі разом – Сторони) про дистрибуцію й надання ліцензії, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору про дистрибуцію і надання ліцензії від 24 лютого 2023 року між Сторонами (далі – Договір; та домовленостями між Сторонами, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору, далі – Трансакція / Узгоджені дії / Заявлені домовленості).

- (4) Розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України від 06 грудня 2023 року № 03/211-р розпочато розгляд справи № 126-25/11-23-УД про узгоджені дії між компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.», «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited», ТОВ «Молсон Курз Україна» та ПрАТ «Карлсберг Україна» про дистрибуцію й надання ліцензії, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору про дистрибуцію і надання ліцензії від 24 лютого 2023 року та домовленостями між сторонами, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору, у зв'язку з **виявленням у поданих матеріалах підстав для заборони узгоджених дій.**
- (5) 18 грудня 2023 року року на офіційному інтернет-сайті Комітету було розміщено текст повідомлення про розгляд справи № 126-25/11-23-УД про узгоджені дії між компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.», «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited», ТОВ «Молсон Курз Україна» та ПрАТ «Карлсберг Україна» про дистрибуцію і надання ліцензії, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору про дистрибуцію і надання ліцензії, укладеного від 24 лютого 2023 року, та домовленостями між сторонами, що передбачені додатками 14 та 15 Договору (далі – Справа про узгоджені дії).
- (6) 18.04.2024 листом № 126-25/033914е Комітет повідомив уповноваженого представника заявників про те, що за результатами збору та аналізу інформації, отриманої під час розгляду Справи про узгоджені дії, виявлено підстави для заборони узгоджених дій та надання учасниками узгоджених дій пропозицій щодо зобов'язань.
- (7) Під час розгляду справи були опитані:
 - суб'єкти господарювання – учасники ринку – виробники пива: приватне акціонерне товариство «Оболонь» (далі – ПрАТ «Оболонь») (*Інформація, доступ до якої обмежено*), приватне акціонерне товариство «ПБК «Радомишль» (далі – ПрАТ «ПБК «Радомишль» (*Інформація, доступ до якої обмежено*), приватне акціонерне товариство «Фірма «Полтавпиво» (далі – ПрАТ «Фірма «Полтавпиво») (*Інформація, доступ до якої обмежено*), товариство з обмеженою відповідальністю «Пивоварня «Опілля» (далі – ТОВ «Пивоварня «Опілля») (*Інформація, доступ до якої обмежено*);
 - приватне акціонерне товариство «Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод «УКРПИВО» (далі – ПрАТ «Укрпиво») (*Інформація, доступ до якої обмежено*) як експерт.
- (8) Листом від 23.05.2024 № 133 (зарєєстрований в Комітеті 27.05.2024 за № 8-03/911-Кі) учасники узгоджених дій надали пропозиції щодо зобов'язань.
- (9) Комітет 17.06.2024 провів «market test» шляхом розміщення на офіційному сайті Комітету тексту зобов'язань, які готові взяти на себе учасники узгоджених дій для усунення потенційного негативного впливу узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива в сегменті преміум.

4. ІНФОРМАЦІЯ ПРО УЗГОДЖЕНІ ДІЇ

За інформацією заявників:

4.1. **Інформація про учасників узгоджених дій**

- (10) **Група суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю з ПрАТ «Карлсберг Україна»**
- (11) ПрАТ «Карлсберг Україна» є юридичною особою відповідно до законодавства України, що зареєстрована в *Інформація, доступ до якої обмежено*.
- (12) ПрАТ «Карлсберг Україна» опосередковано повністю *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»* разом із підконтрольними їй особами утворює групу компаній, пов'язаних відносинами контролю (далі – Група Carlsberg), яка здійснює діяльність у сфері пивоваріння.
- (13) Компанія «The Carlsberg Foundation» разом із підконтрольними їй особами утворює групу компаній, пов'язаних відносинами контролю (далі – Група Carlsberg), яка здійснює діяльність у сфері пивоваріння.
- (14) В Україні Група Carlsberg здійснює діяльність через *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (15) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (16) **Група суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю з Групою Molson Coors**
- (17) Компанія «МС» разом із підконтрольними особами утворює групу суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю (далі – Група Molson Coor), яка здійснює діяльність з виробництва пивних напоїв. *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (18) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (19) В Україні Група Molson Coors здійснює діяльність через компанії *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (20) Акції компанії «МС» котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі й компанію остаточно контролює група фізичних осіб – нерезидентів України.
- (21) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (22) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (23) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.

4.2. **Мета узгоджених дій**

ПрАТ «Карлсберг Україна» має бути наділене ексклюзивними правами щодо виробництва, пивоваріння та пакування, збуту й дистрибуції брендів.

4.3. **Положення Договору, якими передбачено узгоджені дії:**

- (24) компанії «МСВС» і «Pivovary Staropramen» планують надати ПрАТ «Карлсберг Україна» ексклюзивну ліцензію та/або субліцензію на відповідну інтелектуальну власність. З огляду на це ПрАТ «Карлсберг Україна» повинно буде сплачувати компаніям «МСВС» і «Pivovary Staropramen» роялті та дотримуватися певних умов.
- (25) Відповідно до Договору:
- компанії «МСВС» та «Pivovary Staropramen» (обидві є дочірніми компаніями «МС») – ліцензіар прав інтелектуальної власності на пиво під брендом Miller Genuine Draft та брендом Staropramen відповідно;

- Сторони бажають, щоб ПрАТ «Карлсберг Україна» варило, розповсюджувало, продавало й представляло на ринку пиво в Україні за ліцензією / субліцензією, наданою компаніями «МСВС» та «Pivovary Staropramen»;
 - із цією метою компанії «МСВС» та «Pivovary Staropramen» планують надати ПрАТ «Карлсберг Україна» ексклюзивну ліцензію та/або субліцензію на використання інтелектуальної власності. У зв'язку із цим ПрАТ «Карлсберг Україна» повинно буде сплатити компаніям «МСВС» і «Pivovary Staropramen» роялті та дотримуватися певних допоміжних вимог, включаючи зобов'язання щодо відмови від конкуренції, зобов'язання щодо утримання від найму працівників та зобов'язання, пов'язані з інтелектуальною власністю, створеною, модифікованою, вдосконаленою, адаптованою відповідно до або на виконання додатка 14 та додатка 15 до Договору.
- (26) Із цією метою в Договорі Сторони погодили умови ліцензії та інші зобов'язання у двох додатках до Договору:
- один стосується бренда Staropramen (зазначений у додатку 14 і має бути підписаний компаніями «Pivovary Staropramen», «МС UA» та ПрАТ «Карлсберг Україна»);
 - інший стосується бренда Miller Genuine Draft (зазначений у додатку 15 і має бути підписаний компаніями «МСВС», «МС UA» та ПрАТ «Карлсберг Україна»).
- (27) **Положення Договору про ліцензійні права та ексклюзивність**
- (а) Ексклюзивність**
Відповідно до пункту 2.1 *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*:
- *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*;
 - *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- Відповідно до пункту 2.4 Заявлених домовленостей *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- Згідно з додатком 14 та додатком 15 до Договору *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (б) Інтелектуальна власність**
Відповідно до пункту 4.2 Заявлених домовленостей *«компанія «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- Відповідно до пункту 4.3 Заявлених домовленостей *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- Відповідно до пункту 4.4 Заявлених *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*
- (в) Відмова від конкуренції**
Відповідно до пункту 13 Заявлених *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*;
«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна» .
- (г) Утримання від найму**
Відповідно до пункту 24 Заявлених домовленостей *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (28) Заявлені узгоджені дії почнуть виконуватися лише після отримання дозволу Комітету на Трансакцію.
- (29) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.

4.4. Строк дії ексклюзивних прав

- (30) Відповідно до пункту 21 Заявлених домовленостей після набуття чинності вони (з урахуванням положень про дострокове припинення дії) діятимуть «*Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна*».
- (31) **Враховуючи наведене, Заявники просять Комітет надати дозвіл на узгоджені дії «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна», як передбачено статтею 31 Закону України «Про захист економічної конкуренції».**

5. РИНОК, НА ЯКОМУ ВІДБУВАЮТЬСЯ УЗГОДЖЕНІ ДІЇ

5.1. Визначення товарних меж задіяного ринку

За інформацією заявників:

- (32) Відповідно до пункту 5.1 розділу Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05 березня 2002 року № 49-р, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 01 квітня 2002 року за № 317/6605, товарні межі ринку визначаються шляхом формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп), у межах якої споживач за звичайних умов може легко перейти від споживання одного товару до споживання іншого.
- (33) Відповідно до пункту 1.10 Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання», затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 12 лютого 2002 року № 27-р, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 07 березня 2022 року за № 239/6527 (зі змінами) (далі – Типові вимоги 27-р), задіяний ринок товару - відповідний ринок товару, на якому мають або можуть мати місце узгоджені дії або їх наслідки, а також ринки, суміжні з ним.
- (34) Відповідно до статті 1 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, спиртових дистилатів, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального»:
- пиво – насичений діоксидом вуглецю пінистий алкогольний напій із вмістом спирту етилового від 0,5 відсотка об'ємних одиниць, отриманий під час бродіння охмеленого суслу пивними дріжджами, що належить до товарної групи УКТ ЗЕД за кодом 2203;
 - пиво безалкогольне – насичений діоксидом вуглецю пінистий напій, одержаний під час бродіння охмеленого суслу пивними дріжджами з об'ємною часткою спирту не більш як 0,5 відсотка, отриманий шляхом діалізу або переривання головного бродіння, або виготовлення пивного суслу зі зниженою часткою сухих речовин у початковому суслі, що належить до товарної групи УКТ ЗЕД за кодом 2202.
- (35) Відповідно до інформації, наданої ПрАТ «Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод»¹ (далі – компанія «Укрпиво»):
- пиво повинно відповідати вимогам чинного нормативного документа (ДСТУ, ТУ) і виробляють його згідно з технологічною інструкцією та рецептурою на кожний вид та сорт пива окремо;
 - пиво залежно від кольору виробляють трьох типів: світле, темне та напівтемне, пиво пшеничне – двох типів: світле та темне;

¹Лист від 27.03.2024 № 20-04/10 (зареєстрований в Комітеті 28.03.2024 за № 8-03/4124).

- пиво поділяють на фільтроване та нефільтроване; нефільтроване – на освітлене та неосвітлене; за способом оброблення – на пастеризоване та непастеризоване та за зовнішнім виглядом фільтроване пиво – це прозора піниста рідина, без осаду та сторонніх включень, не властивих пиву. Для пшеничного допустима опалесценція;
 - для нефільтрованого освітленого та неосвітленого пива допустима наявність дріжджового осаду та часточок білково-дубильних сполук;
 - пиво має чистий, зброжений, солодовий, хмельовий аромат без сторонніх запахів. Для нефільтрованого пива допустимий легкий дріжджовий аромат, а для пшеничного пива – пряний (фенольний) аромат;
 - світле пиво має чистий, зброжений смак із хмельової гіркотою, що відповідає сорту пива, без сторонніх присмаків, а напівтемному пиву властивий помірний присмак карамельного або паленого солоду, темному – виражений присмак карамельного або паленого солоду;
 - пшеничне пиво має пряний присмак, а пиву з масовою часткою сухих речовин 15% властивий винний присмак.
- (36) Найбільшими представниками вітчизняного ринку пива є такі підприємства: ПрАТ «АБІнБевЕфесУкраїна», ПрАТ «КарлсбергУкраїна», ПрАТ «Оболонь» та ТзОВ «Першаприватнаброварня».
- (37) Узгоджені дії відбуватимуться на ринку пива, на якому реалізується / буде реалізуватися пиво під брендами Starogramen і Miller Genuine Draft.
- (38) Отже, задіяним ринком є ринок пива.
- (39) Портфель Групи Molson Coors включає такі бренди пива, як Carling у Великобританії, Ouzjsko в Хорватії та Nicksicko в Чорногорії. Група Molson Coors також має такі бренди пива, як Bergenbier в Румунії, Jelen в Сербії та Borsodi в Угорщині. Крім того, бренди Starogramen і Miller Genuine Draft присутні в різних країнах, включаючи Україну.
- (40) Компанії Групи Molson Coors, що зареєстровані в Україні та/або здійснюють діяльність в Україні, наведено в таблиці нижче:

<i>Назва</i>	<i>Адреса</i>	<i>Вид діяльності в Україні</i>
<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>
<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>
<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>

- (41) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (42) Між Групою Molson Coors і Групою Carlsberg щодо України укладено такі:
- Договір;
 - *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»;*
 - *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»;*

- *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»;*
 - *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (43) Згідно з додатком 14 та додатком 15 до Договору *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (44) **За інформацією, яку надали заявники:**
- (45) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (46) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (47) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (48) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (49) На думку заявників, заявлені узгоджені дії є вертикальними й відбуваються між неконкуруючими підприємствами, які працюють на різних рівнях постачання та мають різних клієнтів. *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (50) Разом Комітет зазначає, що:
згідно з Типовими вимогами до узгоджених дій суб'єктів господарювання, пов'язаних з постачанням та використанням товарів, затвердженими розпорядженням Антимонопольного комітету України від 12 жовтня 2017 року № 10-рп, зареєстрованими в Міністерстві юстиції України 09 листопада 2017 року за № 1364/31232 (далі – Типові вимоги 10-рп), вертикальні узгоджені дії суб'єктів господарювання щодо постачання та використання товарів – це узгоджені дії, в яких беруть участь два або більше суб'єктів господарювання, що в межах таких узгоджених дій діють на різних рівнях ланцюга виробництва або постачання, та учасники яких можуть купувати, продавати або перепродавати окремі товари (далі – вертикальні узгоджені дії);
- згідно з пунктом 1.3 Типових вимог 27-рп горизонтальними узгодженими діями є, зокрема, укладення суб'єктами господарювання угод у будь-якій формі, прийняття об'єднаннями рішень у будь-якій формі, будь-яка інша погоджена конкурентна поведінка (діяльність, бездіяльність) суб'єктів господарювання, коли суб'єкти господарювання, до складу яких входять учасники узгоджених дій, конкурують або можуть конкурувати між собою на одному ринку товарів.
- Згідно з положеннями Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання у сфері з трансферу технологій, дотримання яких дозволяє здійснювати узгоджені дії без дозволу органів Антимонопольного комітету України, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 9 листопада 2018 року № 21-рп, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 13 грудня 2018 року за № 1413/32865 (далі – Типові вимоги 21-рп):
- конкуруючі суб'єкти господарювання, зокрема:
 - суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність на одному й тому самому ринку технологій, тобто суб'єкти господарювання, які надають ліцензії (дозволи) на конкуруючі технології;
 - суб'єкти господарювання, які за відсутності між ними угоди про трансфер технологій конкурували б як продавці на одному й тому самому товарному ринку, на якому обертається контрактний товар.

- (51) Опитані конкуренти (основні вітчизняні виробники пива) на питання надати *«Перелік продукції, яка виробляється та в подальшому реалізується вашим підприємством і по якій ваше підприємство є конкурентом наступних суб'єктів господарювання, а саме: компанії «Pivovary Staropramen s.r.o.», «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited», і ТОВ «Молсон Курз Україна» (м. Київ, Україна)», не заперечили щодо того, що вони є конкурентами продукції компанії «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» і ТОВ «Молсон Курз Україна» та, зокрема, вказали, що виробляють:*
- ПрАТ «Оболонь»: схожі за брендом Miller Genuine Draft та Staropramen: Злата Брама / Zlata Brama, Zlata Praha, Obolon Premium Extra Brew (Оболонь Преміум Екстра Брю;
 - ПрАТ «ПБК «Радомишль»: бренди – конкуренти учасників узгоджених дій: «Крушовице карловске светле» / «Krusovice Svetle».
- (52) Отже, виробники пива вважають учасників узгоджених дій та себе конкурентами на ринку пива щодо певних брендів.
- (53) ПрАТ «Укрпиво» щодо питання надати *«Перелік продукції, по якій суб'єкти господарювання, які пов'язані відносинами контролю із компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.», «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited», і ТОВ «Молсон Курз Україна» (м. Київ, Україна) (далі – МС UA) є конкурентами ПрАТ «Карлсберг Україна» (тобто продукції, що реалізується названими підприємствами на території України), згідно з ДСТУ (ТУ) та за призначенням»* зазначило, що продукцією, за якою суб'єкти господарювання, зазначені в питанні, є конкурентами, є алкогольний напій «пиво солодове».
- (54) Крім того, те, що учасники узгоджених дій є конкурентами на ринку пива, підтверджується положенням пункту 13 Заявлених домовленостей у вигляді *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (55) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*.
- (56) Отже, враховуючи викладене, заявлені узгоджені дії є горизонтальними, а учасники узгоджених дій є конкурентами та можуть конкурувати на одному й тому самому товарному ринку, на якому обертається контрактний товар.
- (57) Тобто ринком, на якому учасники узгоджених дій є конкурентами та можуть конкурувати як «продавці», є загальнодержавний ринок пива.

5.2. Щодо можливої сегментації ринку пива розглянуто підходи нижче

Опис задіяного ринку

- (58) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»².
«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»:*

Назва сегмента	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>
<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>
<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>	<i>«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»</i>

²*«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*

«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»

- (59) «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»:
- (60) «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».
- (61) На думку заявників, потрібно розглядати Задіяний ринок як пиво в цілому в Україні, а розмежування Задіяного ринку за цінним позиціонуванням та видом пива є можливим, але невиправданим, оскільки практика Комітету та Комісії не містить переконливого висновку щодо необхідності такої вузької сегментації.
- (62) В минулому Комітет вже розглядав питання доцільності подальшої сегментації ринку пива за різними критеріями^{3,4}.
- (63) Так, у справі № 24-25/16-17-ЕКк про концентрацію у вигляді придбання компанією «Anheuser-Busch InBev S.A./N.V.» (м. Брюссель, Бельгія) акцій компанії «AB InBev Efes B.V.» (м. Амстердам, Нідерланди), що забезпечує досягнення 50 відсотків голосів у вищому органі управління компанії, Комітет, зокрема, встановив:

За інформацією торговельних мереж:

- **ринок пива доцільніше поділяти на сегменти: середньоцінове пиво, преміум-пиво, безалкогольне пиво, міцне пиво (із вмістом алкоголю від 2 до 6 відсотків);** відповідно до статистики їх продажів більш популярним є світле пиво середньоцінового сегменту із вмістом алкоголю від 2,5 до 12 відсотків;
- кінцеві споживачі вибирають пиво від випадку до випадку і в них не існує певних вподобань щодо сортів, вмісту алкоголю або цінової категорії пива;
- сегментування – це поділ усього ринку на окремі частини (сегменти), кожен з яких охоплює більш або менш однорідні групи 5 потенційних покупців із приблизно однаковими споживчими перевагами й стереотипом поведінки, отже, коректним буде таке сегментування:
 - **економ-пиво;**
 - **преміум;**
 - **середньоцінове;**
 - **суперпреміальне;**
- при формуванні асортименту дотримується розподілу пива на такі сегменти: світле пиво, міцне пиво, темне (напівтемне) пиво, нефільтроване пиво, напої на основі пива, безалкогольне пиво;
- вподобання кінцевих споживачів пива можна розділити на такі:
 - щодо типу пива: світле, темне, нефільтроване, напої на основі пива;
 - щодо вмісту алкоголю: міцне, безалкогольне;
 - **за ціновою категорією: дешеве, середньоцінове, преміальне;**

³Рішення Комітету № 43-р від лютого 2018 року, п. 59. Рішення Комітету № 444-р від 6 вересня 2018 р., п. 55.

⁴https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/imported_content/5d690c5981303.pdf, рішення Комітету від 02.02.2018 № 39-р (п. 59).

- одна з торговельних мереж зазначила, що доцільним є розподіл ринку пива на сегменти із застосуванням єдиного критерію, тобто ціновою категорією: економ-сегмент, середньоцінове, преміумпиво;
 - сегментування пива одночасно за різними критеріями, тобто ціною та міцністю, є недоцільним. Серед кінцевих споживачів існують певні вподобання щодо сортів пива. Найбільшим попитом користується світле пиво та пиво середньої цінової категорії. Міцне пиво користується більшим попитом, ніж безалкогольне пиво.
- (64) Отже, ринок пива доцільно сегментувати за двома критеріями: ціною – середньоцінове пиво, преміумпиво, видами – безалкогольне пиво, міцне пиво.

Практика Єврокомісії в підходах під час визначення товарних меж ринку пива

- (65) У своїх попередніх рішеннях Єврокомісія⁵ зробила висновок, що пиво відрізняється від інших напоїв, таких як вино або газовані безалкогольні напої, а також, що слід розрізнити (i) пиво, яке реалізується в каналі «on-trade» (в таких торгових точках, як паби, нічні клуби, кафе й ресторани) і (ii) пиво, що продається в каналі «off-trade» (в таких торгових точках, як супермаркети й винні магазини). Також Комісія розглядала питання доцільності подальшої сегментації пива за його різновидами (наприклад, лагер, ель і стаут у Великобританії та Ірландії) і за категоріями залежно від цінового позиціонування продукції, наприклад, мейнстрім або преміум.
- (66) Комісія дійшла висновку, що доцільно проводити оцінку задіяного товарного ринку, розглядаючи пиво в цілому, однак з урахуванням відмінностей між сегментами «on-trade» та «off-trade». **Коли це було доречно Комісія також вважала за доцільне врахувати можливість більш вузьких сегментів, таких як позиціонування пива за ціною або типом пива.**
- (67) **Отже, відповідно до практики Єврокомісії питання визначення товарних меж ринку пива та його подальшої сегментації залежить від кожного конкретного випадку та під час його визначення можуть враховуватися можливості виробництва й споживання.**
- (68) На питання «Чи існує сегментація ринку пива, за всіма можливими категоріями, включаючи різновид пива (наприклад, лагер, ель та стаут) та його цінове позиціонування (наприклад, пиво в сегменті преміум або пиво в сегменті супер преміум), тощо? Якщо так, то на чому вона ґрунтується» учасники ринку пива (конкуренти) та **ПрАТ «Укрпиво» зазначило:**

⁵M.6587-Molson Coors/Starbev (2012), параграф 7; M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets (2008), параграф. 11; M.4999-Heineken/Scottish & Newcastle Assets (partial referral to Ireland) (2004), параграф. 21; M.3372 Carlsberg/Holsten (2004), параграф. 8; M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner (2003), параграф. 7; M.3195-Heineken/BBAG (2003), параграф. 7.

M.6587-Molson Coors/Starbev (2012), параграф 7; M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets (2008), параграф 11; M.4999-Heineken/Scottish & Newcastle Assets (partial referral to Ireland) (2004), параграф 21; M.3372-Carlsberg/Holsten (2004), параграф 8; M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner (2003), параграф 7; M.3195-Heineken/BBAG (2003), параграф 7.

Справа M.7881 - AB INBEV / SABMILLER (2016), параграф 29.

Справа № COMP/M. 5865, Teva/Ratiopharm, рішення від 3 серпня 2010 року; Справа № COMP/M.6278 - TAKEDA / NYCOMED, рішення від 29 липня 2011 року, параграфи 28-29.

<p>ПрАТ «Укрпиво»</p>	<p>Кожне підприємство самостійно поділяє продукцію за цінним позиціонуванням (преміум, суперпреміум). Чітких критеріїв щодо віднесення до преміум чи суперпреміум того чи іншого сорту пива не існує. Сегментація ринку пива за різновидом (лагер, ель, стаут) наявна, але ПрАТ «Укрпиво» не відстежує зазначену ситуацію;</p> <p>межа сегментів пива базується на підставі споживчих уподобань за підсумками продажів кожним підприємством</p>	
<p>Виробник</p>	<p>Продукція, що реалізується на території України</p>	<p>Аргументи щодо доцільності сегментації ринку пива</p>
<p>ПрАТ «Оболонь»</p>	<p>Схожі за брендом Miller Genuine Draft та Staropramen: Злата Брама / Zlata Brahma, Zlata Praha, Obolon Premium Extra Brew (Оболонь Преміум Екстра Брю)</p>	<p>На ринку пива присутня, ймовірно, сегментація за різними параметрами / характеристиками, за якими певні сорти об'єднуються в Групи. Можна виділити, зокрема, такі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - походження пива: <ul style="list-style-type: none"> - локальне, - імпорт; - ліцензія; - ціна (відношення ціни 1 л пива до середньоринкової): <ul style="list-style-type: none"> - економ; - мейнстрім; - аппер-мейнстрім; - преміум; - суперпреміум
<p>ПрАТ «ПБК «Радомишль»</p>	<p>Бренди – конкуренти учасників узгоджених дій: Крушовіце карловске светле / Krusovice Svetle</p>	<p>Усі виробники пива використовують схожі сегментації ринку за різними параметрами: цінова сегментація, за типом пива або напою бродіння, за країною походження, сортом тощо.</p> <p>Цінова сегментація: економ-клас (ціновий індекс менше 90% від лідера ринку в мейнстрімі), мейнстрім (середній 90 – 110); преміум (ліцензійний сегмент, окремі сорти спеціального пива, 115 – 140), суперпреміум (140+, преміальні ліцензійні сорти, імпортні сорти), проте реальні межі сегменту є розмитими, оскільки значні та нерегульовані законодавством знижки в торгових мережах призводять до того, що продукти суперпреміум сегменту іноді продаються фактично за ціною середнього сегменту, що фактично означає конкуренцію марок із різних сегментів між собою.</p> <p>Отже, різні сегменти пива є взаємозамінними, крім деяких нішових продуктів. Наявність великих знижок нівелює різницю між цінними сегментами.</p> <p>Усі види сегментації враховують виробника</p>

		під час формування портфельних пропозицій від кожного виробника заради максимального охоплення цільової аудиторії (усі сегменти) та запобігання внутрішньої конкуренції між власними брендами всередині власного портфеля (1 бренд = 1 сегмент, якщо бренди знаходяться в одному ціновому сегменті, вони адресуються різним за мотивацією цільовим групам)
ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС Україна»	Velkopopovitsky Kozel, світле, 4% Lowenbrau Original світле 5,1% Samson світле	Критерії сегментації кожен виробник для себе встановлює індивідуально залежно від внутрішніх вимог та підходів до систематизації інформації. Такий розподіл є конфіденційним, бо встановлює стратегію виробника. Товариство виокремлює: за упаковкою, за типом пива (сортом) та за цінвою політикою . Зокрема, за ціною ґрунтуються на ціновому індексі (який товариство розраховує через відношення ціни продукту до середньої ринкової ціни): <ul style="list-style-type: none"> - економ; - мейнстрім; - преміум; - суперпреміум
ТОВ «Пивоварня «Опілля»	Товариство виробляє та в подальшому реалізує 15 сортів пива. На нашу думку, жоден із наявних сортів у лінійці Товариства не буде конкурувати з імпортними сортами пива, у тому числі із вказаними суб'єктами господарювання та їхніми брендами. Оскільки імпортні сорти знаходяться в суттєво вищому ціновому позиціонуванні та не сприймаються як український виробник пива, мають інше позиціонування на ринку загалом	На думку Товариства, серед виробників пива України присутня сегментація ринку за різними критеріями, включаючи різновиди пива, його походження, маркетингове та цінове позиціонування . Сегментація ринку є стратегічним підходом, який дозволяє виробникам адаптувати свою продукцію до потреб і вимог різних груп споживачів. Загалом сегментація ринку пива України заснована на таких критеріях: <ol style="list-style-type: none"> 1) різновиди пива: різні види пива, такі як світле, темне, лагери, ель, портери, стаут та інші, можуть бути спрямовані на різні сегменти споживачів, які мають різні смакові вподобання; 2) цінове позиціонування: виробники пива розділяють ринок за ціновими сегментами, такими як економ, середній, преміум та суперпреміум. Це дозволяє виробникам адресувати потреби споживачів із різними фінансовими можливостями та позиціонувати продукт згідно з його виробничою вартістю та смаковими характеристиками; 3) географічне походження: ринок пива поділений на географічні сегменти залежно від регіону, де виробляється продукція, та назви, позиціонування бренда, який виробляє пиво. У кожному регіоні споживачі можуть мати власні особливості та вимоги до пива.

		<p>Але (на нашу думку) на ринку пива в Україні умовно є такий поділ:</p> <p>а) українські бренди – часто це назви регіонів, звідки походить виробник пива;</p> <p>б) бренди іноземного походження – які виробляються за межами України або в Україні за ліцензією, або мають назву іноземного походження, що відповідає їх іноземному або преміальному позиціонуванню.</p> <p>Комбінація різних критеріїв сегментації дозволяє виробникам пива краще розуміти свою цільову аудиторію, створювати товари й маркетингові стратегії, які відповідають потребам конкретних сегментів споживачів і підвищують конкурентоспроможність свого продукту, ефективність діяльності на ринку</p>
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	Товариство виробляє та в подальшому реалізує 47 сортів пива	Сегменти пива не можуть бути взаємозамінними, оскільки на кожен сегмент пива є свій споживач. Рівень конкуренції на ринку пива високий, але разом із тим заявлені узгоджені дії будуть мати значний вплив, зокрема сприятимуть виходу з ринку малих національних виробників

- (69) Отже, як вбачається з інформації, наданої учасниками ринку пива, серед виробників пива присутня сегментація ринку за різними критеріями, включаючи різновиди пива, його походження, маркетингове та цінове позиціонування (цінове присутнє в 4 з 5 опитаних конкурентів – виробників).
- (70) На думку конкурентів виробників пива, різні види пива можуть бути взаємозамінними у випадку обмеженого асортименту пива в тій чи іншій торговій точці. У такому випадку споживач буде обирати між тими сортами пива та виробниками, які представлені в цій торговій точці. Досвід продажу одним із виробників пива підтверджує, що у випадку відсутності одного чи декількох позицій найчастіше споживач обирає інший сорт пива, який є в наявності. Рідше – не обирає жоден продукт із категорії пива, а купує інший алкогольний, слабоалкогольний або безалкогольний напій.
- (71) Виробників пива в Україні умовно ділять на індустріальних, регіональних та малих (або крафтових). У законодавстві є великі (від 300 000 літрів на рік) та малі виробники пива (до 300 000 літрів на рік і торгівля тільки пивом). Вартість ліцензії для них відрізняється – для великих заводів сума становить 500 000 грн на рік, для малих пивоварень — 30 000 грн.
- (72) На ринок пива продукція постачається загалом із великих та середніх підприємств. Щодо малих пивоварень їхня частка на ринку становить близько 20%⁶.
- (73) Основні тенденції 2023 року ринку пива в Україні – це відновлення виробництва й налагодження нових ланцюгів поставок та збуту.

⁶ <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-piva-v-ukraine-2022-god>

- (74) Так, на жовтень 2023 року виробництво пива зросло на 11,3% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Проте показники ще не досягли довоєнного рівня.
- (75) Поточна ситуація позначилась і на співвідношенні експорту та імпорту пива. Протягом попередніх років у структурі ЗЕД переважав експорт, хоча частка імпорту поступово зростала. Так, у 2018 році співвідношення імпорту та експорту було 1:3, у 2021 експорт переважав лише в 1,5 разу. У 2022 році та за результатами першого півріччя 2023 року переважає імпорт.
- (76) Серед основних українських виробників у 2023 році незмінними лідерами залишаються «Оболонь», «Карлсберг Україна» та «АбінБев Ефес Україна». Проте, якщо у 2022 році їхня сумарна частка ринку дорівнювала приблизно 80%, то за результатами першого півріччя 2023 вона скоротилася до 67%⁷.
- (77) Для оцінювання привабливості сегмента використовують такі критерії: - ринкові фактори (розмір сегмента, темпи його зростання, цінова чутливість, бар'єри входу й виходу із сегмента); - конкурентні фактори (характер конкуренції, можливість появи нових конкурентів, наявність сегментів, які поки що не обслуговують конкуренти).
- (78) Варіанти товару (або марки), які позиціонуються як дорогі та високоякісні, захищаються від цінової конкуренції більш дешевими варіантами, призначеними для покупців, попит яких еластичний за цінами, а для оцінювання привабливості сегмента використовують такі критерії: ринкові фактори (розмір сегмента, темпи його зростання, **цінова чутливість**, бар'єри входу й виходу із сегмента)⁸.
- (79) Враховуючи зазначене вище, а саме:
 – позиціонування учасниками узгоджених дій контрактних брендів пива як преміум+ сегмент, *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*;
 - інформацію великих виробників пива щодо наявності цінової сегментації, практику Єврокомісії, яка вважає за доцільне врахувати можливість на більш вузьку сегментацію, зокрема, позиціонування пива за ціною або типом пива, **Комітет дійшов висновку, що задіяним товарним ринком, на який впливають чи можуть вплинути заявлені узгоджені дії, є ринок пива в сегменті преміум та суперпреміум.**

5.3. Становище учасників узгоджених дій на ринку пива, у т. ч. у цінових сегментах

- (80) За даними служби статистики України (2022 рік), на ринку пива діяло підприємств:
 великих – 5;
 середніх – 14;
 малих – 105.
- (81) **Частки учасників узгоджених дій на ринку пива:**

Ринок	Група Molson Coors (у натуральному / вартісному вираженні)	Група Carlsberg (у натуральному / вартісному вираженні)	Разом
2021			
Пиво	<i>«Інформація, визначена</i>	<i>«Інформація, визначена</i>	<i>«Інформація,</i>

⁷<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-v-ukraine-tezisy-iz-doklada-vedushego-analitika-pro-consulting-elmiry-guluevoj>

⁸<https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/853bda1b-b094-46d3-8744-dac7d865c143/content>

	заявниками, як конфіденційна»	заявниками, як конфіденційна»	визначена заявниками, як конфіденційна»
2022			
Пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
2023			
Пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
3 міс. 2024			
Пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»

- (82) Дані, зазначені в таблиці вище, можуть мати невелику похибку (бути меншими до 10%), оскільки включають обсяги / відомості лише окремих великих промислових підприємств та не враховують всіх (більш менших) учасників ринку пива в Україні (крафтових та регіональних невеликих приватних виробників).
- (83) За інформацією компанії «Укрпиво», частка ПрАТ «Карлсберг Україна» на ринку пива становить:
2022 рік – «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»;
2023 рік – «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».
- (84) Частка підприємств ПрАТ «Карлсберг Україна», ПрАТ «Абінбев Ефес Україна», ПрАТ «Оболонь» на ринку пива за 2023 рік сукупно становить 70%.
- (85) Заявники надають частки учасників узгоджених дій на задіяному ринку пива, включаючи сегментацію за ціновими позиціонуваннями (пиво в сегменті преміум та пиво в сегменті суперпреміум).
- (86) Частки учасників узгоджених дій на задіяному ринку пива за ціновим сегментом:

Ринок	Група Molson Coors (у натуральному / вартісному вираженні)	Група Carlsberg (у натуральному / вартісному вираженні)	Разом
2021			
Середньоцінове пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня преміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»

Пиво рівня суперпреміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
2022			
Середньоцінове пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня преміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня суперпреміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
2023			
Середньоцінове пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня преміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня суперпреміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
3 міс. 2024			
Середньоцінове пиво	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня преміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»
Пиво рівня суперпреміум	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»	«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»

- (87) Частка ліцензованих брендів (Miller Genuine Draft та Staropramen) на ринку пива в цілому не перевищувала «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»%, при цьому в сегменті преміум коливалася від «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»%. У свою чергу, частка ПрАТ «Карлсберг Україна» на ринку пива «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна» %, а сукупна частка в сегментах, до яких належать бренди двох учасників узгоджених дій, а саме: преміум –

«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»% та *суперпреміум «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»%*.

- (88) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*
- (89) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*
- (90) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*
- (91) Тобто відповідно до умов *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*
- (92) **Отже, Група Carlsberg буде мати структурні ознаки монопольного (домінуючого) становища на ринку пива за підсумками 2021 року, у т. ч. у сегменті пива рівня преміум (протягом 2021–2023 та 3 міс. 2024 року), а після узгоджених дій її становище суттєво посилиться, ексклюзивний характер ліцензії має своїм наслідком виключення третіх осіб, а саме інших пивоварних компаній в Україні, із числа ліцензіатів брендів Miller Genuine Draft та Staropramen «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».**
- (93) Під час розгляду справи встановлено, що деякі з опитуваних конкурентів учасників заявлених узгоджених діях вбачають негативні наслідки узгоджених дій на ринку пива.
- (94) **ПрАТ «Оболонь» зазначає, що:**
- наявний потенційний ризик отримання значних переваг (монополізації) з боку ПрАТ «Карлсберг Україна» у каналі продажу «Традиційна торгівля» (магазин, кіоски, павільйони тощо). Бренд Staropramen мав достатньо сильні позиції саме в каналі «Традиційна торгівля», а враховуючи поточну достатньо потужну позицію ПрАТ «Карлсберг Україна» також саме в каналі «Традиційна торгівля», бренд Staropramen може спровокувати збільшення загальної ринкової частки ПрАТ «Карлсберг Україна» орієнтовно до 40% і більше (за внутрішніми оцінками);
 - брендмаркетингові інвестиції, спрямовані на зростання у портфелі міжнародних брендів із точки зору обсягів, прибутковості та ринкової частки, ставлять ПрАТ «Карлсберг Україна» у більш привілейоване становище порівняно з національними виробниками.
- (95) **ПрАТ «ПБК «Радомишль» повідомило, що:**
- заявлені узгоджені дії у сегменті доступного ліцензованого пива та в сегменті суперпреміального пива посилять позиції ПрАТ «Карлсберг Україна», але істотного впливу не матимуть на ринок пива в цілому. Отримання ексклюзивних ліцензій на бренди, що належать компаніям, які не мають власних виробничих потужностей в Україні, є звичайною практикою на ринку пива, так само як і зміна ліцензіата у виробництві. У минулому, коли обидва бренди виготовлялися за ліцензією на потужностях українських пивоварних компаній «АБІнбев», їх сумарні продажі не перевищували 3% загального обсягу. Подальше зростання цих брендів є виключним правом і результатом роботи компаній-ліцензіатів, що, на думку товариства, знаходиться абсолютно в рамках чесної конкуренції.
- (96) **ТОВ «Пивоварня «Опілля» повідомило, що:**
- ПрАТ «Карлсберг Україна» – це лідер пивного ринку України, тому запуск будь-якого бренда на ринку України буде мати загальнодержавний вплив на ринок пива. Величина цього впливу буде залежати від цілей, які ставить перед собою

виробник, випускаючи цей продукт, а також від споживчого інтересу до цього продукту.

(97) ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС УКРАЇНА» повідомило, що:

заявлені узгоджені дії призведуть до збільшення категорії світлого пива в сегменті преміум у ПрАТ «Карлсберг Україна». Між ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС УКРАЇНА», компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.» і «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» були довготривалі відносини з просування й розвитку брендів Miller Genuine Draft та Staropramen, компанії мали доступ до конфіденційної інформації, що становила комерційну таємницю. Така інформація може бути передана компаніями «Pivovary Staropramen s.r.o.» і «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» під час роботи з ПрАТ «Карлсберг Україна», що може порушити принцип чесної конкуренції, особливо зважаючи на лідерське становище ПрАТ «Карлсберг Україна» у цей час на території України.

6. ВПЛИВ УЗГОДЖЕНИХ ДІЙ НА КОНКУРЕНЦІЮ НА РИНКУ ПИВА

(98) Відповідно до частини першої статті 5 Закону України «Про захист економічної конкуренції» (далі – Закон) узгодженими діями є укладення суб'єктами господарювання угод у будь-якій формі, прийняття об'єднаннями рішень у будь-якій формі, а також будь-яка інша погоджена конкурентна поведінка (діяльність, бездіяльність) суб'єктів господарювання.

(99) Узгоджені дії, що впливають на конкуренцію, можуть мати місце лише за умови, що всі сторони мають певну свободу господарських рішень, перш ніж вчинити антиконкурентну поведінку.

(100) Відповідно до статті 6 Закону антиконкурентними узгодженими діями є узгоджені дії, які призвели чи можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції. Антиконкурентними узгодженими діями, зокрема, визнаються узгоджені дії, які, зокрема, стосуються:

усунення з ринку або обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб'єктів господарювання, покупців, продавців;
застосування різних умов до рівнозначних угод з іншими суб'єктами господарювання, що ставить останніх у невигідне становище в конкуренції;
суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин.

(101) Відповідно до статті 10 Закону узгоджені дії, передбачені статтею 6 цього Закону, можуть бути дозволені відповідними органами Антимонопольного комітету України, якщо їх учасники доведуть, що ці дії сприяють:

вдосконаленню виробництва, придбанню або реалізації товару;
техніко-технологічному, економічному розвитку;
розвитку малих або середніх підприємств;
оптимізації експорту чи імпорту товарів;
розробленню та застосуванню уніфікованих технічних умов або стандартів на товари;
раціоналізації виробництва.

Узгоджені дії, передбачені в частині першій цієї статті, не можуть бути дозволені органами Антимонопольного комітету України, якщо конкуренція суттєво обмежується на всьому ринку чи в значній його частині.

(102) Згідно з додатком 14 та додатком 15 до Договору «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».

- (103) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (104) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (105) *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна».*
- (106) Отже, враховуючи, що:
- заявлені узгоджені дії є горизонтальними, а учасники узгоджених дій є конкуруючими суб'єктами та потенційно могли б конкурувати на одному й тому самому товарному ринку, на якому обертається товар;
 - суттєве ринкове становище Групи Carlsberg на ринку пива, у т. ч. у сегменті пива рівня преміум та суперпреміум, зокрема, частка Групи Carlsberg за підсумками 2021–2023 років на ринку пива перевищує *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*, а сукупна частка учасників узгоджених дій у сегменті пива преміум становить *«Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна»*, відповідно, Комітет встановив, що заявлені узгоджені дії можуть призвести до:
 - посилення ринкової частки Групи Carlsberg на ринку пива, зокрема в сегменті преміум;
 - встановлення Групою Carlsberg завищених цін чи інших (невигідних) умов придбання або реалізації товарів;
 - усунення з ринку або обмеження доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, покупців, продавців;
 - застосування різних умов до рівнозначних угод з іншими суб'єктами господарювання, що може поставити останніх у невідносно вигідне становище в конкуренції;
 - суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин.

7. ВИСНОВКИ

- (107) Під час розгляду справи встановлено, що заявлені узгоджені дії можуть призвести до:
- суттєвого обмеження конкуренції на ринку пива в сегменті преміум;
 - суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання без об'єктивно виправданих на те причин на ринку пива в сегменті преміум;
 - виникнення негативних наслідків у вигляді суттєвого посилення влади Групи Carlsberg у відносинах зі споживачами (дистриб'юторами, оптовими продавцями, продуктовими мережами роздрібною торгівлі) на ринку пива в сегменті преміум.
- (108) Отже, узгоджені дії про дистрибуцію й надання ліцензії, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору про дистрибуцію й надання ліцензії від 24 лютого 2023 року, та домовленостями між сторонами, що передбачені додатками 14 та 15 до Договору, можуть призвести до суттєвого обмеження конкуренції на ринку пива в сегменті преміум в Україні.
- (109) Відповідно до пункту 2.1 Типових вимог дозволяються й не потребують дозволу органів Антимонопольного комітету України будь-які горизонтальні, конгломератні або змішані узгоджені дії, крім випадків, зазначених у пункті 2.2 Типових вимог, за наявності водночас таких умов:
- жоден із суб'єктів господарювання, до складу яких входять учасники узгоджених дій, не займає монопольного (домінуючого) становища на будь-якому задіяному ринку товару й не має виключних або переважних прав чи повноважень від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, суб'єктів природної монополії чи інших монопольних утворень;

- сукупна частка на ринку всіх суб'єктів господарювання, до складу яких входять учасники горизонтальних, змішаних узгоджених дій, на будь-якому задіяному ринку товару не досягає 15 відсотків.
- (110) Відповідно до частини другої статті 31 Закону, у разі встановлення підстав для заборони узгоджених дій, концентрації органи Антимонопольного комітету України повідомляють їх учасників про зміст таких підстав та встановлюють тридцятиденний строк для надання учасниками узгоджених дій, концентрації пропозицій щодо зобов'язань, які готові взяти на себе учасники таких узгоджених дій, концентрації, що усувають відповідний негативний вплив узгоджених дій, концентрації на конкуренцію та дозволяють органу Антимонопольного комітету України прийняти рішення про надання дозволу на узгоджені дії, концентрацію. Цей строк може бути продовжений за клопотанням учасника узгоджених дій, концентрації.
- (111) У зв'язку із цим, листом Комітету від 18.04.2024 № 126-25/03-3914е учасникам узгоджених дій запропоновано надати пропозиції щодо зобов'язань, які готові взяти на себе учасники таких узгоджених дій, що усувають відповідний негативний вплив узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива в Україні.
- (112) Уповноважені представники ПрАТ «Карлсберг Україна» листом від 23.05.2024 № 133 (зарєєстрований у Комітеті 27.05.2024 за № 8-03/911-Кі) надали зауваження щодо оцінки Комітетом наслідків заявлених узгоджених дій, зазначивши, що: Комітет не навів аргументів щодо того, чому учасників заявлених узгоджених дій слід вважати конкуруючими суб'єктами господарювання. Вказане спростовується тим, що Комітет під час дослідження цього питання враховував положення нормативно-правових актів, думку виробників пива та керувався положеннями пункту 13 Договору і встановив, що заявлені узгоджені дії є горизонтальними, а не вертикальними, як наполягають заявники, а учасники узгоджених дій є конкурентами та можуть конкурувати на одному й тому самому товарному ринку, на якому обертається контрактний товар.
- (113) Комітет не взяв до уваги аргументи, які обґрунтовують, чому застосування учасниками ринку цінової сегментації не може бути підставою для визначення меж ринку. Вказане спростовується та доводиться тим, що при встановленні доцільності сегментації ринку Комітет базувався на:
- практиці Єврокомісії, відповідно до якої доцільно в певних випадках брати до уваги більш вузькі сегменти, такі як позиціонування пива за ціною;
 - позиціонуванні учасниками узгоджених дій контрактних брендів пива як преміум+ сегмент, що підтверджується також положенням про дистрибуцію, зокрема «Інформація, визначена заявниками, як конфіденційна» до нього;
 - оцінках великих виробників пива щодо наявності цінової сегментації та **дійшов висновку, що задіяним товарним ринком на який впливають чи можуть вплинути заявлені узгоджені дії, є ринок пива в сегменті преміум та суперпреміум.**
- (114) В той же час учасники узгоджених дій надали пропозиції щодо зобов'язань, які вони готові взяти на себе, такого змісту: «З метою пом'якшення негативного впливу узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива, у т.ч. в сегменті преміум зобов'язати ПрАТ «Карлсберг Україна» та суб'єктів господарювання, пов'язаних із ним відносинами контролю (далі – «Група Carlsberg»), протягом п'яти років, починаючи з місяця, наступного після місяця, в якому надано дозвіл Антимонопольного комітету України на заявлені узгоджені дії:
- не обмежувати здатності покупців пива брендів Staropramen та «Miller Genuine Draft», прямо або опосередковано, придбавати, продавати, перепродавати товари, які конкурують з пивом брендів Staropramen та «Miller Genuine Draft»;

- не обмежувати, без об'єктивних (економічних) причин, прямо або опосередковано, здатності покупців пива брендів Staropramen та «Miller Genuine Draft» самостійно визначати обсяги закупівлі такої продукції у Групи Carlsberg;

- не передбачати у відносинах із покупцями пива брендів Staropramen та «Miller Genuine Draft», що реалізація будь-якого виду такої продукції обумовлюється придбанням такими покупцями також будь-якого іншого виду (видів) продукції Групи Carlsberg;

- не обмежувати здатності покупців пива брендів Staropramen та «Miller Genuine Draft» визначати ціну перепродажу такої продукції, крім встановлення рекомендованих роздрібних цін на неї.

З метою належного інформування Комітету про стан виконання зобов'язань та вимог для здійснення відповідного контролю зобов'язати ПрАТ «Карлсберг Україна» надавати Комітету протягом п'яти років, починаючи з наступного року після надання дозволу на заявлені узгоджені дії, один раз на рік, але в будь-якому разі не пізніше 20-го числа другого місяця календарного року, інформацію за попередній рік про обсяги виробництва та продажів ПрАТ «Карлсберг Україна» третім особам пива під брендами Staropramen та «Miller Genuine Draft» в Україні, підготовлену у формі таблиці»:

№	Назва продукції (бренда, який є частиною ексклюзивної угоди)	Обсяг продажів (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг виробництва в Україні (у натуральному вираженні)	Обсяг ринку пива в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг ринку пива в сегменті преміум в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка бренду на ринку пива в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка бренду на ринку пива в сегменті преміум в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)
	Джерело даних:	Нільсен	Дані виробника	Нільсен	Нільсен	Нільсен	Нільсен
1	Старопрамен						
2	Miller Genuine Draft						

'''

- (115) Разом із тим, враховучи, що Комітет оцінює можливі негативні наслідки узгоджених дій для конкуренції саме від дій ПрАТ «Карлсберг Україна», заявники також листом від 2 липня 2024 р. вих. № 20240702/1 запропонували з метою належного інформування Комітету про стан виконання зобов'язань та вимог для здійснення відповідного контролю зобов'язати ПрАТ «Карлсберг Україна» надавати Комітету протягом п'яти років, починаючи з наступного року після надання дозволу на заявлені узгоджені дії, один раз на рік, але в будь-якому разі не пізніше 20-го числа другого місяця календарного року, інформацію за попередній рік про обсяги виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна» та продажів пива преміум третім особам, підготовлену у формі таблиці:»

№	Назва сегменту пива	Обсяг продажів (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг ринку пива (в сегменті «преміум») в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка на ринку пива (в сегменті «преміум») в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)
Джерело даних:		Нільсен	Нільсен	Нільсен
1	Пиво преміум виробництва Карлсберг Україна			

- (116) Комітет 17.06.2024 провів «market test» шляхом розміщення на офіційному сайті Комітету тексту зобов'язань, які готові взяти на себе учасники узгоджених дій для усунення потенційного негативного впливу узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива в сегменті преміум.
- (117) Учасники ринку не надали своїх зауважень і заперечень на запропоновані учасниками узгоджених дій зобов'язання.
- (118) Отже, зобов'язання, запропоновані учасниками узгоджених дій, нівелюють потенційно можливий негативний вплив узгоджених дій на задіяний ринок.
- (119) Тобто здійснення узгоджених дій має бути обумовлено виконанням зобов'язань, дотримання яких усуватиме можливий негативний вплив узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива в сегменті преміум.
- (120) Відповідно до пункту 2 розділу II «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства про захист економічної конкуренції та діяльності Антимонопольного комітету України» від 09.08.2023 № 3295-IX, справи про узгоджені дії, концентрацію суб'єктів господарювання, справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, розгляд яких розпочато до дня набрання чинності цим Законом, розглядаються відповідно до законодавства, яке діяло до дня набрання чинності цим Законом.

Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 31 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та Положенням про порядок подання заяв до органів Антимонопольного комітету України про надання дозволу на узгоджені дії суб'єктів господарювання, затвердженим розпорядженням Антимонопольного комітету України від 12 лютого 2002 року № 26-р, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 7 березня 2002 року за № 238/6526 (зі змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Надати дозвіл компаніям «Pivovary Staropramen s.r.o.» (м. Прага, Чеська Республіка), «Molson Coors Brewing Company (UK) Limited» (м. Стаффордшир, Велика Британія), товариству з обмеженою відповідальністю «Молсон Курз Україна» (Інформація, доступ до якої обмежено) та приватному акціонерному товариству «Карлсберг Україна» (Інформація, доступ до якої обмежено) на узгоджені дії, що передбачені додатками 14 та 15

до Договору про дистрибуцію і надання ліцензії від 24 лютого 2023 року, строком на п'ять років.

2. З метою пом'якшення негативного впливу узгоджених дій на конкуренцію на ринку пива, у т. ч. у сегменті преміум, зобов'язати приватне акціонерне товариство «Карлсберг Україна» та суб'єктів господарювання, пов'язаних із ним відносинами контролю, протягом п'яти років, починаючи з місяця, наступного після місяця, у якому надано дозвіл Антимонопольного комітету України на заявлені узгоджені дії:

- не обмежувати здатності покупців пива брендів Staropramen та Miller Genuine Draft прямо або опосередковано придбавати, продавати, перепродавати товари, які конкурують з пивом брендів Staropramen та Miller Genuine Draft;

- не обмежувати без об'єктивних (економічних) причин прямо або опосередковано здатності покупців пива брендів Staropramen та Miller Genuine Draft самостійно визначати обсяги закупівлі такої продукції у Групі Carlsberg;

- не передбачати у відносинах із покупцями пива брендів Staropramen та Miller Genuine Draft, що реалізація будь-якого виду такої продукції обумовлюється придбанням такими покупцями також будь-якого іншого виду (видів) продукції Групи Carlsberg;

- не обмежувати здатності покупців пива брендів Staropramen та Miller Genuine Draft визначати ціну перепродажу такої продукції, крім встановлення рекомендованих роздрібних цін на неї.

3. З метою належного інформування Антимонопольного комітету України про стан виконання зобов'язань та вимог для здійснення відповідного контролю зобов'язати приватне акціонерне товариство «Карлсберг Україна» надавати Антимонопольному комітету України протягом п'яти років, починаючи з наступного року після надання дозволу на заявлені узгоджені дії, один раз на рік, але в будь-якому разі не пізніше 20-го числа другого місяця календарного року, інформацію за попередній рік про обсяги виробництва та продажів ПрАТ «Карлсберг Україна» третім особам пива під брендами Staropramen та Miller Genuine Draft, а також у сегменті преміум у цілому в Україні, підготовлену у формі таблиць нижче:

Таблиця 1

№	Назва продукції (бренда, який є частиною ексклюзивної угоди)	Обсяг продажів (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг виробництва в Україні (у натуральному вираженні)	Обсяг ринку пива в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг ринку пива (в сегменті преміум) в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка бренду на ринку пива в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка бренду на ринку пива (в сегменті преміум) в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)
Джерело даних:		Нільсен	Дані виробника	Нільсен	Нільсен	Нільсен	Нільсен
1	Старо-прамен						
2	Miller Genuine Draft						

Таблиця 2

№	Назва сегменту пива	Обсяг продажів (у натуральному та вартісному вираженні)	Обсяг ринку пива (в сегменті преміум) в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)	Частка на ринку пива (в сегменті преміум) в Україні (у натуральному та вартісному вираженні)
Джерело даних:		Нільсен	Нільсен	Нільсен
1	Пиво преміум виробництва Карлсберг Україна			

Голова Комітету

Павло КИРИЛЕНКО