Резюме на Решението на Комисията

от 17 юли 2015 година

за обявяване на концентрация за съвместима с вътрешния пазар и с функционирането на Споразумението за ЕИП

(Дело M.7408 — Cargill/ADM Chocolate Business)

(нотифицирано под номер C(2015) 4840)

(само текстът на английски език е автентичен)

(2017/C 232/13)

На 17 юли 2015 г. Комисията прие решение по дело за сливане съгласно Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 г. относно контрола върху концентрациите между предприятия [1], *и по-специално член 8, параграф 2 от този регламент. Неповерителен вариант на пълния текст на решението на автентичния език на делото може да бъде намерен на уебсайта на Генерална дирекция „Конкуренция“ на следния адрес: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html*

(1) На 19 януари 2015 г. Комисията получи уведомление за планирана концентрация в съответствие с член 4 от Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета (наричан по-нататък „Регламент (ЕО) № 139/2004“), чрез която предприятие Cargill, Incorporated („Cargill“, Съединени американски щати) ще придобие контрол над бизнеса с фабричен шоколад на предприятие Archer Daniels Midland Company („ADM Chocolate Business“, Съединени американски щати) посредством покупка на дялове (акции) и активи (наричана по-нататък „сделката“). Cargill и ADM Chocolate Business са наричани по-нататък „страните“.

I. СТРАНИТЕ

(2) Cargill е дружество, установено в САЩ, което извършва международна дейност за производство и продажба на хранителни и селскостопански продукти, както и продукти и услуги за управление на риска. Сред стопанските дейности на Cargill са производството и продажбата на фабричен шоколад и глазури и пълнежи на основата на мазнини (включително шоколадова смес), както и производството и продажбата на полуготови какаови продукти, които се използват в производството на фабричен шоколад.

(3) ADM Chocolate Business произвежда и продава фабричен шоколад и глазури и пълнежи на основата на мазнини, включително шоколадова смес. Дружеството майка Archer Daniels Midland Company също произвежда и продава полуготови какаови продукти (наричано по-нататък „ADM Cocoa Business“). Archer Daniels Midland Company е сключило договор с Olam International Limited („Olam“) за продажбата на своето предприятие ADM Cocoa Business [2]. По този начин ADM Cocoa Business, разположено нагоре по веригата, ще бъде придобито от Olam, а ADM Chocolate Business, разположено надолу по веригата, ще бъде придобито от Cargill.

II. СДЕЛКАТА

(4) На 28 август 2014 г. страните са подписали рамково споразумение за покупко-продажба, съгласно което Cargill ще придобие активите и капиталовите участия, представляващи ADM Chocolate Business. Така чрез сделката Cargill ще придобие самостоятелен контрол върху бизнеса за фабричен шоколад на ADM.

III. ОБЯСНИТЕЛЕН МЕМОРАНДУМ

(5) Сделката води до:

а) хоризонтални припокривания при производството и продажбата на фабричен шоколад,

б) вертикални връзки между производството и продажбата на полуготови какаови продукти (нагоре по веригата) и производството и продажбата на фабричен шоколад (надолу по веригата), и

в) хоризонтални припокривания при производството и продажбата на шоколадова смес.

A. СЪОТВЕТНИ ПРОДУКТОВИ ПАЗАРИ

Верига за създаване на стойност на шоколада/какаото: въведение

(6) Събраните какаови зърна първо се изсушават и подлагат на ферментация. След това се преработват и смилат за производството на какаов ликьор. Какаовият ликьор може да бъде допълнително пресиран, за да се отделят какаово масло (около 45 %) и какаово кюспе (около 55 %), което се привежда в прахообразно състояние за производството на какао на прах. Какаовият ликьор и какаовото масло, заедно със захарта и млякото на прах представляват суровините за производството на фабричен шоколад, използван при производството на шоколадови продукти за крайните потребители, като например шоколадови изделия, бисквити, тестени изделия, сладолед и зърнени закуски. Фабричният шоколад се доставя на клиентите в течно състояние (чрез отоплени камиони за доставка) или в твърдо състояние.

[1] ОВ L 24, 29.1.2004 г., стр. 1.

[2] Сделката за придобиване на ADM Cocoa Business от Olam International Limited беше одобрена безусловно от Европейската комисия на 10 юни 2015 г. (виж дело M.7510 — Olam/ADM Cocoa Business).

(7) Глазурите и пълнежите на основата на мазнини са комбинация от растителни мазнини, захар и ароматна съставка. Шоколадовата маса представлява глазура или пълнеж на основата на мазнини с какаов мирис, които понякога се използват вместо шоколад в производството на продукти за крайния потребител поради техните специфични свойства или по-ниската им цена.

Фабричен шоколад

(8) Комисията намери доказателства, на основата на които да счита, че течният и твърдият фабричен шоколад може да принадлежат към отделни продуктови пазари. Потребителите на фабричен шоколад, по-специално тези, които закупуват над неколкостотин тона годишно, като цяло не могат да преминат от закупуването на течен към закупуването на твърд фабричен шоколад и обратно. Течният фабричен шоколад е по-евтин и обработката му в преработвателното предприятие е по-лесна и отнема по-малко време. Освен това преминаването от производството на течен към производството на твърд фабричен шоколад и обратно изисква инвестиции в допълнително оборудване и не всички доставчици са в състояние да доставят едновременно твърд и течен фабричен шоколад. Въпреки това определението на продуктовия пазар може да бъде оставено открито в това отношение, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо от точното определение на продуктовия пазар.

(9) Комисията също така разгледа потенциално разграничение между тъмен, бял и млечен шоколад, както и между стандартен и нестандартен фабричен шоколад (който включва сертифициран и биологичен шоколад и/или шоколад с изцяло проследим произход). Определението на продуктовия пазар може да бъде оставено открито в това отношение, тъй като то не оказва въздействие върху резултата от оценката на конкуренцията.

Полуготови какаови продукти

(10) Като взе предвид досегашната си практика, Комисията счита, че полуготовите какаови продукти трябва да бъдат разделени на отделни продуктови пазари на какаов ликьор, какаово масло или какаово кюспе/какао на прах. Освен това може да се остави открит въпросът дали стандартните и нестандартните полуготови какаови продукти представляват отделни продуктови пазари, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо от точното определение на продуктовия пазар.

Глазури и пълнежи на основата на мазнини/шоколадова смес

(11) Комисията счита, че шоколадовата смес попада в отделен продуктов пазар от фабричния шоколад поради разликите в цената, вкуса и консистенцията, както и разликата в нормативните разпоредби. Допълнителният въпрос дали шоколадовата смес представлява отделен пазар от пълнежи на основата на мазнини, може да бъде оставен открит, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо от точното определение на продуктовия пазар.

Б. **СЪОТВЕТНИ ГЕОГРАФСКИ ПАЗАРИ**

Фабричен шоколад

(12) Комисията смята, че съответният географски пазар на фабричен шоколад не обхваща ЕИП, а съответства на зона на обслужване с формата на кръг на 500 км разстояние около заводите или клиентите на страните. Комисията установи също така доказателства в този случай в полза на националните пазари.

(13) Противно на твърденията на страните пазарното проучване разкри редица елементи, които сочат, че физическите характеристики и характеристиките на търсенето на фабричен шоколад ограничават разстоянието, на което продуктът се доставя на практика. Комисията събра данни на ниво трансакции за годините 2013 и 2014 от страните и от техните основни конкуренти производители на фабричен шоколад. Моделите за доставка, видими от тези данни, показват, че 80 % от всичкия фабричен шоколад се продава в рамките на разстояние от порядъка на 500 км. В допълнение, течният шоколад се превозва на относително кратки разстояния в сравнение с твърдия шоколад. Мнозинството от клиентите обясниха, че разчитат на навременни доставки, по-специално поради ограничения капацитет за съхранение, и че по тази причина те се снабдяват с течен шоколад на относително къси разстояния.

(14) Разследването на Комисията показа също така, че националните граници също играят роля в моделите на снабдяване и доставка на фабричен шоколад. Така например, проучването на Комисията показа, че 70 % от течния шоколад, използван в Германия, се произвежда в Германия. Тези цифри са още по-високи във Франция (76 %), Обединеното кралство (90 %), Нидерландия (86 %) и Белгия (98 %) и показват, че трансграничните покупки на потребителите като цяло са ограничени.

(15) Определението за географски пазар може обаче да бъде оставено открито, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо от точното определение на географския пазар.

Полуготови какаови продукти

(16) Налице се елементи, на основата на които може да се счита, че географският пазар на полуготови какаови продукти би могъл да е в рамките на ЕИП или глобален. Въпреки това определението за географски пазар може да бъде оставено открито, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо от точното определение на географския пазар.

Глазури и пълнежи на основата на мазнини/шоколадова смес

(17) Географският пазар на глазури и пълнежи на основата на мазнини, включително на шоколадова смес, може да бъде оставен открит, тъй като оценката на конкуренцията няма да се промени независимо дали ще бъде определен като национален пазар или като зони на обслужване около заводите на страните.

B. **ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

Хоризонтални припокривания при фабричния шоколад по отношение на Германия

(18) Образуваното след сливането предприятие ще има пазарен дял от над [50—60] % в Германия като цяло и най-малко над [50—60] % (и дори над [50—60] % или [60—70] % в много случаи) за различните зони на обслужване, разположени около заводите или потребителите, които могат да бъдат взети предвид в регионите на продажби около германските заводи на страните. Освен това пазарите за фабричен шоколад около германските заводи на страните са концентрирани и сделката ще доведе до значително увеличение на равнищата на концентрация, измерено чрез индекса на Херфиндал-Хиршман (HHI).

(19) Мнозинството от клиентите с производствени обекти в Германия, които участваха в пазарното проучване на Комисията, изразиха загриженост относно последиците от сделката, по-специално по отношение на увеличенията на цените. Някои от конкурентите потвърдиха, че сделката ще доведе до увеличение на цените и маржовете поради очакваната по-слаба конкуренция.

(20) Що се отнася до близостта на конкуренцията между страните, географската близост на заводите на страните в Германия, тяхната интеграция нагоре по веригата за снабдяване с какао на зърна, техните дейности по преработка на полуготови какаови съставки, способността им да служат на пазарния сегмент, който се влияе от мащаба, както и техният размер и глобален мащаб водят до сходно позициониране на Cargill и ADM в маркетинга на фабричен шоколад.

(21) Клиентите на страните в регионите на продажба около германските заводи на страните може да се сблъскат със затруднения при преминаването си към други доставчици и по този начин може да бъдат уязвими по отношение на покачване на цените, тъй като i) потребителите разчитат на наличието на доставки от различни източници с цел да се осигури сигурност на доставките и конкурентни цени, ii) има малко алтернативни доставчици, и iii) много от тези алтернативни доставчици имат значими недостатъци в сравнение с трите големи доставчика Barry Callebaut и страните поради малките размери на техните производствени заводи, техния ограничен продуктов портфейл, конкурентното им отношение спрямо потенциалните клиенти на пазарите, разположени надолу по веригата, местонахождението на производствените им заводи и/или качеството на техните продукти от фабричен шоколад.

(22) Освен това конкурентите на страните в регионите на продажба около германските заводи на страните понастоящем се сблъскват с ограничен капацитет и по този начин към момента не са в състояние да увеличат доставките в достатъчно голяма степен, за да се справят с евентуално увеличение на цената от страните след сделката. Докато основният конкурент на страните — предприятието Barry Callebaut, понастоящем има планове за разширяване на своя капацитет в Западна Европа, Комисията счита, че това нарастване на капацитета няма да му предостави допълнителни стимули за осуетяване на увеличаването на цените на течния шоколад след сделката, тъй като основните стратегически цели на Barry Callebaut са дейността на нововъзникващите пазари, възлагането на външни изпълнители на сделки с много големи клиенти като Unilever или Mondelez и деликатесните/специалните продукти.

(23) Поради съществуващите пречки за навлизане на пазара и въз основа на контактите на Комисията с потенциални участници на пазара, посочени от страните (включително вертикално интегрирани производители на шоколад като Mondelez и Nestlé), Комисията счита, че едно бъдещо навлизане на пазара на фабричен шоколад в регионите на продажба около германските заводи на страните е малко вероятно. Освен това няма убедителни доказателства за достатъчна компенсираща покупателна способност, особено от малки и средноголеми потребители на фабричен шоколад, която да окаже на страните съществен конкурентен натиск.

Хоризонтални припокривания при фабричния шоколад по отношение на други страни

(24) Пазарната структура в Белгия, Франция, Нидерландия и Обединеното кралство се различава значително от структурата на пазара в Германия и в съответните области на припокриване между германските заводи на страните.

(25) В Обединеното кралство общият пазарен дял на страните (около 25 %) е по-нисък и Barry Callebaut е пазарен лидер с 66 %. Като цяло участниците в пазарното проучване в Обединеното кралство не установиха никакво отражение върху конкуренцията вследствие на сделката, което се обяснява с умерените комбинирани дялове и наличието на силен конкурент. Същото се отнася и за Белгия и Нидерландия, където е налице подобна пазарна структура. Във Франция сделката не поражда никакви опасения по отношение на конкуренцията с оглед на слабото присъствие на ADM и силната позиция на алтернативния доставчик Cémoi.

Вертикални връзки между полуготовите какаови продукти и фабричния шоколад

(26) Сделката води до вертикални връзки между дейностите на Cargill, свързани с производството и доставката на полуготови какаови продукти, и дейностите на страните надолу по веригата в сектора на фабричния шоколад. Тъй като Cargill има умерена позиция на пазара на какао нагоре по веригата и съществуват редица алтернативни доставчици, Комисията счита, че сделката не поражда опасения за ограничаване на достъпа до суровини по отношение на полуготовите какаови продукти.

(27) Освен това, като част от сделката Cargill и ADM Cocoa Business са постигнали преходна договореност за доставка, съгласно която Cargill ще закупува какаови продукти от ADM Cocoa Business за снабдяване на заводите за фабричен шоколад, придобити по тази сделка. Въпреки това няма да има промяна в капацитета, който е наличен на търговския пазар. Освен това Cargill има свободен капацитет в сектора на какаовите продукти. Поради това Комисията счита, че преходното споразумение за доставка не създава стимули за сливащите се страни да намалят конкуренцията нагоре по веригата на пазара на какао, както и че стимулите за Cargill да поднови споразумението са твърде ниски, за да породят опасения по отношение на конкуренцията.

Хоризонтални припокривания при глазурите и пълнежите на основата на мазнини/шоколадова смес

(28) Комбинираните пазарни дялове на страните при глазурите и пълнежите на основата на мазнини и шоколадовата смес продължават да бъдат умерени и водят само до два засегнати пазара с пазарен дял от около 30 % (с ограничено нарастване на пазарните дялове на съответно под 5 % и под 10 %). Резултатите от пазарното проучване не предоставиха доказателства, че съществуват опасения по отношение на конкуренцията, свързани по-специално с глазурите и пълнежите на основата на мазнини и шоколадовата смес.

Заключение

(29) Комисията счита, че сделката води до значително нарушение на ефективната конкуренция на пазара на фабричен шоколад за клиенти в Германия или за клиенти, разположени в областта на припокриване на съответните зони на обслужване на завода на ADM в Манхайм (Германия) и заводите на Cargill в Германия.

(30) Сделката не води до значително нарушаване на ефективната конкуренция на пазарите за i) фабричен шоколад за клиенти, разположени в областите на припокриване на зоните на обслужване на заводите на ADM и на Cargill в Белгия, Франция и Обединеното кралство, ii) полуготови какаови продукти и iii) шоколадова смес.

Г. **АНГАЖИМЕНТИ**

Описание на ангажиментите

(31) В отговор на опасенията на Комисията по отношение на конкуренцията, на 4 май 2015 г. страните представиха изменения на сделката (наричани по-нататък „ангажиментите от 4 май 2015 г.“). Съгласно ангажиментите от 4 май 2015 г. Cargill предлага да продаде завода за фабричен шоколад на ADM в Манхайм (Германия) на подходящ купувач. Заводът в Манхайм е най-големият завод на ADM за фабричен шоколад в Европа. Той е единственият завод за фабричен шоколад на ADM в Германия.

(32) Ангажиментите от 4 май 2015 г. включват споразумение за доставка, което ще бъде сключено по желание от купувача с Olam или ADM, в зависимост от това кое от двете е собственик на ADM Cocoa Business, или с Cargill. Ангажиментите от 4 май 2015 г. не обхващат правата на интелектуална собственост, договорите, свързани с производството на специални видове шоколад, или договорите с клиенти, доколкото количествата не са изцяло произведени в завода в Манхайм. Освен това ангажиментите от 4 май 2015 г. не обхващат специфични критерии за купувача, които изискват той да има специфични познания за веригата за създаване на стойност на какаото и шоколада.

Оценка на ангажиментите

(33) С ангажиментите от 4 май 2015 г. ще бъде премахнато почти цялото припокриване на продажбите в Германия и в областта, в която бяха установени опасения по отношение на конкуренцията, и по този начин ще бъде даден отговор на опасенията, произтичащи от хоризонталните припокривания между дейностите на страните в тези области. Съответно, по-голямата част от участниците в проучването на пазара бяха на мнение, че ангажиментите от 4 май 2015 г. ще премахнат всички опасения по отношение на конкуренцията, породени от сделката.

(34) Независимо от това, въз основа на резултатите от допитването до участниците на пазара и на своята оценка Комисията прецени, че ангажиментите от 4 май 2015 г. пораждат опасения в следните основни аспекти:

а) дейността със специални видове шоколад е изключена от продажбата;

б) съгласно критериите за купувача от него не се изисква да има специфични езикови познания за веригата за създаване на стойност на какаото и шоколада;

в) споразумението за доставка не позволява достатъчна гъвкавост за купувача по отношение на закупените количества и промените в количествата, закупени през отделните години.

(35) Страните представиха изменени ангажименти на 22 май 2015 г., в които тези аспекти получиха подходящ отговор.

(36) На тази основа в своето решение Комисията достига до заключението, че с оглед на ангажиментите, представени на 22 май 2015 г., концентрацията, за която е постъпило уведомление, няма да доведе до съществено нарушаване на ефективната конкуренция на пазара на фабричен шоколад, продаван на клиенти в Германия или в областите на припокриване на зоните на обслужване на завода на ADM в Манхайм (Германия) и заводите на Cargill в Германия.

IV. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

(37) Поради горепосочените причини в решението се заключава, че планираната концентрация няма да наруши съществено ефективната конкуренция на вътрешния пазар или на значителна част от него, при условие че Cargill спазва ангажиментите от 22 май 2015 г.

(38) Следователно концентрацията следва да бъде обявена за съвместима с вътрешния пазар и с функционирането на Споразумението за ЕИП в съответствие с член 2, параграф 2 и член 8, параграф 2 от Регламента за сливанията и член 57 от Споразумението за ЕИП.