Komisijas lēmuma kopsavilkums

(2015. gada 17. jūlijs),

ar ko koncentrāciju atzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību

(Lieta M.7408 – *Cargill* / *ADM Chocolate Business*)

(izziņots ar dokumenta numuru C(2015) 4840)

(Autentisks ir tikai teksts angļu valodā)

(2017/C 232/13)

Komisija 2015. gada 17. jūlijā pieņēma lēmumu apvienošanās lietā saskaņā ar Padomes 2004. gada 20. janvāra Regulu (EK) Nr. 139/2004 par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju ([1]) *un jo īpaši tās 8. panta 2. punktu. Pilna lēmuma nekonfidenciālās versijas teksts lietas autentiskajā valodā ir pieejams Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē šādā adresē: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html*

(1) Komisija 2015. gada 19. janvārī atbilstīgi Padomes Regulas (EK) Nr. 139/2004 ("Regula (EK) Nr. 139/2004") 4. pantam saņēma paziņojumu par ierosinātu koncentrāciju, kuras rezultātā uzņēmums *Cargill, Incorporated* ("*Cargill*", Amerikas Savienotās Valstis), iegādājoties akcijas un aktīvus ("darījums"), grasās iegūt kontroli pār uzņēmuma *Archer Daniels Midland Company* izejvielu šokolādes uzņēmējdarbības daļu ("*ADM Chocolate Business*", Amerikas Savienotās Valstis). *Cargill* un *ADM Chocolate Business* kopā turpmāk sauktas – "puses".

I. **PUSES**

(2) *Cargill* ir ASV uzņēmums, kas starptautiskajā tirgū ražo un pārdod pārtikas, lauksaimniecības un riska pārvaldības produktus un pakalpojumus. *Cargill* uzņēmējdarbība ietver izejvielu šokolādes un no taukiem iegūtu glazūru un pildījumu (arī šokolādes savienojuma) ražošanu un pārdošanu, kā arī izejvielu šokolādes ražošanā izmantotu kakao pusfabrikātu ražošanu un pārdošanu.

(3) *ADM Chocolate Business* ražo un pārdod izejvielu šokolādi un no taukiem iegūtas glazūras un pildījumus, tostarp šokolādes savienojumu. Arī tā mātesuzņēmums *Archer Daniels Midland Company* ražo un pārdod kakao pusfabrikātus ("*ADM Cocoa Business*"). *Archer Daniels Midland Company* ir noslēdzis līgumu ar *Olam International Limited* ("*Olam*") par tā struktūrvienības *ADM Cocoa Business* pārdošanu ([2]). Tādējādi augšupējo struktūrvienību *ADM Cocoa Business* iegādātos *Olam*, savukārt lejupējo struktūrvienību *ADM Chocolate Business* – *Cargill*.

II. **DARĪJUMS**

(4) Puses 2014. gada 28. augustā parakstīja pirkuma pamatlīgumu, kurā paredzēja, ka *Cargill* iegādāsies *ADM Chocolate Business* veidojošos aktīvus un pašu kapitāla daļas. Tādējādi *Cargill*, noslēdzot darījumu, iegūs pilnīgu kontroli pār *ADM* izejvielu šokolādes uzņēmējdarbības daļu.

III. **PASKAIDROJUMA RAKSTS**

(5) Darījums rada:

a) horizontālas pārklāšanās izejvielu šokolādes ražošanas un pārdošanas jomā;

b) vertikālas saiknes starp kakao pusfabrikātu ražošanu un pārdošanu (augšupēja uzņēmējdarbība) un izejvielu šokolādes ražošanu un pārdošanu (lejupēja uzņēmējdarbība);

c) horizontālas pārklāšanās šokolādes savienojuma ražošanas un pārdošanas jomā.

A. **KONKRĒTIE PRODUKTU TIRGI**

Pamatinformācija par šokolādes/kakao vērtības veidošanas ķēdi

(6) Novāktās kakao pupiņas vispirms tiek kaltētas un fermentētas. Pēc tam tās pārstrādā un samaļ, lai iegūtu kakao masu. Turpinot kakao masas spiešanu, no tās var nodalīt kakao sviestu (~ 45 %) un kakao rausi (~ 55 %), ko pulverizē, lai sagatavotu kakao pulveri. Izejvielu šokolādes ražošanas izejmateriāli ir kakao masa, kakao sviests, cukurs un piena pulveris, un šādu šokolādi izmanto galapatērētājiem paredzētu šokolādes izstrādājumu, piemēram, šokolādes konditorejas izstrādājumu, cepumu, maizes izstrādājumu, saldējuma un graudaugu pārslu ražošanā. Izejvielu šokolādi pircējiem piegādā vai nu šķidrā (ar apsildītām piegādes kravas automašīnām), vai arī cietā veidā.

([1]) OV L 24, 29.1.2004., 1. lpp.

([2]) Eiropas Komisija 2015. gada 10. jūnijā bez papildu nosacījumiem atļāva *Olam International Limited* iegādāties *ADM Cocoa Business* – skatīt lietu M.7510 – *Olam/ADM Cocoa Business*.

(7) No taukiem iegūtas glazūras un pildījumi ir augu tauku, cukura un aromatizētāja maisījums. Šokolādes savienojums ir no taukiem iegūta, ar kakao aromatizēta glazūra un pildījums, ko produkta specifisko īpašību vai zemākas cenas dēļ galapatērētājiem paredzēto produktu ražošanā dažkārt izmanto šokolādes vietā.

Izejvielu šokolāde

(8) Komisijas rīcībā ir nonākuši pierādījumi, kas ļauj uzskatīt, ka šķidrajai un cietajai izejvielu šokolādei varētu būt atsevišķi produktu tirgi. Izejvielu šokolādes pircēji, jo īpaši tie, kuri iepērk vairāk kā divus simtus tonnu gadā, parasti nevar pārmaiņus iegādāties šķidro vai cieto izejvielu šokolādi. Šķidrā izejvielu šokolāde ir lētāka, un tās izmantošana pārstrādes ražotnē ir vienkāršāka un ātrāka. Turklāt, lai varētu pārmaiņus ražot šķidro un cieto izejvielu šokolādi, ir jāiegulda līdzekļi papildu aprīkojumā, un ne visi piegādātāji var piegādāt gan šķidro, gan cieto izejvielu šokolādi. Tomēr šo produktu tirgu var nenoteikt, jo tā precīza noteikšana nemainītu novērtējumu par ietekmi uz konkurenci.

(9) Komisija arīdzan apsvēra iespēju nošķirt tumšās, baltās un piena šokolādes tirgus, kā arī standarta un nestandarta izejvielu šokolādes (tostarp sertificētas, bioloģiskās un/vai izsekojamas šokolādes) tirgus. Taču arī šo produktu tirgu var nenoteikt, jo tas neietekmētu novērtējuma par ietekmi uz konkurenci iznākumu.

Kakao pusfabrikāti

(10) Ņemot vērā iepriekšējās lietās ievēroto praksi, Komisija uzskata, ka attiecībā uz kakao pusfabrikātiem būtu jānosaka atsevišķi produktu – kakao masas, kakao sviesta un kakao rauša/pulvera – tirgi. Jāpiebilst, ka to, vai standarta un nestandarta kakao pusfabrikātiem ir atsevišķi produktu tirgi, var nenoteikt, jo produkta tirgus precīza noteikšana nemainītu novērtējumu par ietekmi uz konkurenci.

No taukiem iegūtas glazūras un pildījumi/šokolādes savienojums

(11) Komisija uzskata, ka šokolādes savienojumam un izejvielu šokolādei ir atsevišķi produktu tirgi, jo atšķiras šo produktu cena, garša, konsistence un tiem piemērojamais regulējums. Uz papildu jautājumu par to, vai šokolādes savienojumam un citiem no taukiem iegūtiem pildījumiem ir atsevišķi produktu tirgi, var neatbildēt, jo produktu tirgus precīza noteikšana novērtējumu par ietekmi uz konkurenci nemainītu.

B. **KONKRĒTIE ĢEOGRĀFISKIE TIRGI**

Izejvielu šokolāde

(12) Komisija uzskata, ka konkrētais izejvielu šokolādes ģeogrāfiskais tirgus ir nevis visa EEZ, bet gan riņķveida apkalpošanas teritorija 500 km rādiusā ap pušu ražotnēm vai pušu klientu atrašanās vietu. Šajā lietā Komisija ir arī ieguvusi pierādījumus par valstu tirgiem.

(13) Pretēji pušu iesniegtajai informācijai tirgus izpētē tika atklāti vairāki elementi, kas liecina par to, ka izejvielu šokolādes fiziskie un pieprasījuma parametri ierobežo faktisko produkta pārvadāšanas attālumu. Komisija no pusēm un to galvenajiem konkurentiem izejvielu šokolādes jomā ieguva darījumu līmeņa datus par 2013. un 2014. gadu. Tajos redzamās piegādes tendences liecina, ka 80 % visas izejvielu šokolādes tiek pārdoti aptuveni 500 km attālumā. Turklāt salīdzinājumā ar cieto šokolādi šķidrā šokolāde tiek transportēta mazākos attālumos. Vairums pircēju paskaidroja, ka izmanto "tiešlaika" piegādes – galvenokārt ierobežoto uzglabāšanas iespēju dēļ – un tāpēc iepērk šķidro šokolādi no salīdzinoši tuvīniem piegādātājiem.

(14) Komisijas veiktajā izmeklēšanā arī tika noskaidrots, ka izejvielu šokolādes iepirkšanas tendences un piegādi ietekmē valstu robežas. Piemēram, sākotnējo datu analīzē Komisija konstatēja, ka 70 % Vācijā izmantotās šķidrās šokolādes ir ražoti Vācijā. Šis rādītājs ir vēl augstāks Francijā (76 %), Apvienotajā Karalistē (90 %), Nīderlandē (86 %) un Beļģijā (98 %), un tas liecina, ka pārrobežu pirkumi kopumā ir ierobežoti.

(15) Taču ģeogrāfisko tirgu var nenoteikt, jo tā precīza noteikšana nemainītu novērtējumu par ietekmi uz konkurenci.

Kakao pusfabrikāti

(16) Ņemot vērā atsevišķus elementus, varētu uzskatīt, ka kakao pusfabrikātu ģeogrāfiskais tirgus varētu būt vai nu visa EEZ, vai arī visa pasaule. Taču ģeogrāfisko tirgu var nenoteikt, jo tā precīza noteikšana nemainītu novērtējumu par ietekmi uz konkurenci.

No taukiem iegūtas glazūras un pildījumi/šokolādes savienojums

(17) No taukiem iegūtu glazūru un pildījumu, tostarp šokolādes savienojuma, ģeogrāfisko tirgu var nenoteikt, jo tas, vai par attiecīgo tirgu atzītu valstu teritorijas vai apkalpošanas teritorijas ap pušu ražotnēm, nemainītu novērtējumu par ietekmi uz konkurenci.

C. **NOVĒRTĒJUMS PAR IETEKMI UZ KONKURENCI**

Horizontālas pārklāšanās izejvielu šokolādes jomā Vācijā

(18) Apvienotās struktūras tirgus daļa būtu lielāka par [50–60] % Vācijas valsts līmenī un lielāka par vismaz [50–60] % (un daudzos gadījumos pat par [50–60] % vai [60–70] %) dažādās ap ražotnēm vai pircējiem centrētās apkalpošanas teritorijās, ko varētu ņemt vērā pārdošanas reģionos ap pušu Vācijas ražotnēm. Turklāt izejvielu šokolādes tirgi pušu Vācijas ražotņu apkārtnē ir koncentrēti, un darījuma rezultātā ievērojami palielinātos koncentrācijas līmeņi, ko izsaka ar *HHI* indeksu.

(19) Pārliecinošs pircēju vairākums, kuriem ir ražotnes Vācijā un kuri piedalījās Komisijas veiktajā tirgus izpētē, pauda bažas par darījuma ietekmi, jo īpaši cenu pieaugumu. Atsevišķi konkurenti apstiprināja, ka darījuma rezultātā gaidāmā konkurences krituma dēļ palielināsies cenas un peļņas starpība.

(20) Par pušu konkurences tuvumu jānorāda, ka to ražotņu ģeogrāfiskais tuvums Vācijā, to augšupēja integrācija kakao pupiņu iepirkšanas jomā, to darbības kakao pusfabrikātu sastāvdaļu pārstrādes jomā, to spēja apkalpot uz apmēru vērstu tirgus segmentu, kā arī to lielums un globālais mērogs nodrošina *Cargill* un *ADM* līdzīgas pozīcijas izejvielu šokolādes tirdzniecības jomā.

(21) Pušu klientiem, kuri atrodas pārdošanas reģionos ap pušu Vācijas ražotnēm, var būt grūtības atrast citus piegādātājus, tāpēc tiem var draudēt cenas pieaugums, jo: i) pircēji izmanto vairākus piegādes avotus, lai garantētu drošu piegādi un konkurētspējīgas cenas; ii) ir pieejami tikai daži alternatīvi piegādātāji; iii) salīdzinājumā ar trim lielajiem piegādātājiem – *Barry Callebaut* un pusēm – daudziem alternatīvajiem piegādātājiem ir būtiski trūkumi, piemēram, mazas ražotnes, ierobežots produktu piedāvājums, konkurējošas attiecības ar iespējamiem klientiem lejupējos tirgos, ražotņu atrašanās vieta un/vai to izejvielu šokolādes produktu kvalitāte.

(22) Turklāt pušu konkurentiem pārdošanas reģionos pušu Vācijas ražotņu apkārtnē ir jaudas ierobežojumi, tāpēc patlaban tie nespēj palielināt piegādes apmērus tiktāl, lai nodrošinātu alternatīvu pušu veiktam cenas palielinājumam, kas varētu izrietēt no darījuma. Lai gan pušu galvenais konkurents *Barry Callebaut* patlaban plāno palielināt jaudu Rietumeiropā, Komisija uzskata, ka šis jaudas pieaugums neradīs tam papildu stimulus kompensēt pēc darījuma gaidāmo šķidrās šokolādes cenas pieaugumu, jo *Barry Callebaut* galvenie stratēģiskie mērķi ir uzņēmējdarbības izvēršana jaunietekmes tirgos, ārpakalpojumu darījumi ar ļoti lieliem klientiem, piemēram, *Unilever* vai *Mondelez*, un darbība gardēdības/specializētu produktu jomā.

(23) Ņemot vērā šķēršļus ienākšanai tirgū un pamatojoties uz Komisijas saziņu ar pušu nosauktajiem iespējamiem tirgus jaunpienācējiem (arī vertikāli integrētiem šokolādes ražotājiem, piemēram, *Mondelez* un *Nestlé*), Komisija uzskata, ka ir maz ticams, ka pārdošanas reģionos pušu Vācijas ražotņu apkārtnē turpmāk sāks darboties jauni izejvielu šokolādes tirgus dalībnieki. Turklāt nav pārliecinošu pierādījumu par pietiekami līdzsvarojošu pircēja – jo īpaši izejvielu šokolādes nozares mazo un vidējo klientu – varu, kas pusēm radītu vērā ņemamus konkurences ierobežojumus.

Horizontālas pārklāšanās izejvielu šokolādes nozarē citās valstīs

(24) Beļģijas, Francijas, Nīderlandes un Apvienotās Karalistes tirgus struktūra ievērojami atšķiras no tirgus struktūras Vācijā un attiecīgajās pušu Vācijas ražotņu pārklāšanās teritorijās.

(25) Apvienotajā Karalistē pušu kopējā tirgus daļa (aptuveni 25 %) ir mazāka un tirgus līderis ir *Barry Callebaut* (66 %). Kopumā tirgus izpētes respondenti no Apvienotās Karalistes neminēja nekādu darījuma iespējamo ietekmi uz konkurenci, jo pušu kopējā tirgus daļa ir mērena un tirgū darbojas spēcīgs konkurents. Tas attiecas arī uz Beļģiju un Nīderlandi, kur ir līdzīga tirgus struktūra. Francijā darījums nerada bažas par konkurenci, jo *ADM* tirgus daļa ir neliela un tirgū spēcīgas pozīcijas ir citam piegādātājam – *Cémoi*.

Vertikālas saiknes starp kakao pusfabrikātiem un izejvielu šokolādi

(26) Darījums radīs vertikālas saiknes starp *Cargill* darbībām kakao pusfabrikātu ražošanas un piegādes jomā un pušu lejupējām darbībām izejvielu šokolādes jomā. Tā kā *Cargill* ir mērenas pozīcijas augšupējos kakao tirgos un tajos ir vairāki alternatīvi piegādātāji, Komisija uzskata, ka darījums nerada pamatu bažām par tirgus piekļuves ierobežošanu kakao pusfabrikātiem.

(27) Turklāt darījuma ietvaros *Cargill* un *ADM Cocoa Business* noslēdza pārejas posma piegādes līgumu, kurā paredzēts, ka *Cargill* iegādāsies kakao produktus no *ADM Cocoa Business*, lai apgādātu šajā darījumā iegādātās izejvielu šokolādes ražotnes. Taču tirdzniecības tirgū pieejamā jauda nemainīsies. Turklāt *Cargill* ir kakao produktu rezerves jauda. Tāpēc Komisija uzskata, ka pārejas posma piegādes līgums nerada apvienošanās pusēm stimulus samazināt konkurenci augšupējos kakao tirgos un ka *Cargill* stimuli atjaunot līgumu ir pārāk mazi, lai radītu bažas par konkurenci.

Horizontālas pārklāšanās no taukiem iegūtu glazūru un pildījumu/šokolādes savienojuma jomā

(28) Pušu kopējās no taukiem iegūtu glazūru un pildījumu, kā arī šokolādes savienojuma tirgus daļas joprojām ir mērenas un ietekmē tikai divus tirgus, kur to tirgus daļa ir aptuveni 30 % (ar ierobežotiem tirgus daļu pieaugumiem, kas nepārsniedz attiecīgi 5 % un 10 %). Tirgus izpētē netika gūti konkrēti pierādījumi tam, ka būtu pamats bažām par konkurenci no taukiem iegūtu glazūru un pildījumu, kā arī šokolādes savienojuma jomā.

Secinājums

(29) Komisija uzskata, ka darījums rada ievērojamus šķēršļus efektīvai konkurencei tādas izejvielu šokolādes tirgū, ko pārdod pircējiem Vācijā vai pircējiem zonās, kur pārklājas *ADM* Vācijas ražotnes (Manheimā) un *Cargill* Vācijas ražotņu apkalpošanas teritorijas.

(30) Darījums nerada ievērojamus šķēršļus efektīvai konkurencei i) tādas izejvielu šokolādes tirgū, ko pārdod pircējiem zonās, kur pārklājas *ADM* un *Cargill* Beļģijas, Francijas un Apvienotās Karalistes ražotņu apkalpošanas teritorijas; ii) kakao pusfabrikātu tirgū un iii) šokolādes savienojuma tirgū.

D. **SAISTĪBAS**

Saistību apraksts

(31) Puses 2015. gada 4. maijā iesniedza darījuma izmaiņas ("2015. gada 4. maija saistības"), kas ieviestas, lai reaģētu uz Komisijas konstatētajām bažām par konkurenci. Saskaņā ar 2015. gada 4. maija saistībām *Cargill* ierosina pārdot *ADM* izejvielu šokolādes ražotni Manheimā (Vācija) piemērotam pircējam. Manheimas ražotne ir lielākā *ADM* izejvielu šokolādes ražotne Eiropā. Tā ir vienīgā *ADM* izejvielu šokolādes ražotne Vācijā.

(32) Pušu 2015. gada 4. maija saistībās ir arī paredzēts pēc pircēja izvēles noslēgt piegādes līgumu ar *Olam* vai *ADM* – atkarībā no tā, kurš uzņēmums attiecīgajā brīdī būs *ADM Cocoa Business* īpašnieks –, vai arī ar *Cargill*. 2015. gada 4. maija saistībās nav iekļautas nekādas ĪĪ tiesības, ar specializētās šokolādes ražošanu saistīti līgumi vai līgumi ar pircējiem, ja attiecīgie apmēri netiek pilnībā ražoti Manheimas ražotnē. Turklāt 2015. gada 4. maija saistībās nav paredzēti konkrēti uz pircēju attiecināmi kritēriji, ar ko pieprasītu īpašas pircēja zināšanas par kakao un šokolādes vērtības veidošanas ķēdi.

Saistību novērtējums

(33) Īstenojot pušu 2015. gada 4. maija saistības, tiktu novērsta gandrīz pilnīga pārdošanas pārklāšanās Vācijā un teritorijā, kurā tika konstatētas bažas par konkurenci, un tādējādi tiktu novērstas bažas, kas izriet no pušu darbību horizontālas pārklāšanās šajās teritorijās. Tāpēc vairums tirgus aptauju respondentu uzskatīja, ka ar 2015. gada 4. maija saistībām tiktu likvidētas visas darījuma raisītās bažas par konkurenci.

(34) Tomēr, ņemot vērā tirgus izpētes rezultātus un novērtējumu, Komisija uzskatīja, ka 2015. gada 4. maija saistības rada bažas par šādiem galvenajiem aspektiem:

a) ražotnes nodošana neskar uzņēmējdarbību specializētās šokolādes jomā;

b) uz pircēju attiecināmajos kritērijos netiek prasītas īpašas pircēja zināšanas par kakao un šokolādes vērtības veidošanas ķēdi;

c) piegādes līgumā pircējam netiek nodrošināta pietiekama elastība attiecībā uz iegādes apmēru un tā maiņu turpmākajos gados.

(35) Puses 2015. gada 22. maijā iesniedza grozītas saistības, kurās šie iebildumi ir pienācīgi ņemti vērā.

(36) Tāpēc Komisija savā lēmumā secina, ka, pamatojoties uz 2015. gada 22. maija saistībām, paziņotā koncentrācija neradīs ievērojamus šķēršļus efektīvai konkurencei tādas izejvielu šokolādes tirgū, ko pārdod pircējiem Vācijā vai pircējiem zonās, kur pārklājas *ADM* Manheimas (Vācija) ražotnes un *Cargill* Vācijas ražotņu apkalpošanas teritorijas.

IV. **SECINĀJUMS**

(37) Iepriekš uzskaitīto iemeslu dēļ lēmumā tiek secināts, ka, ja *Cargill* izpildīs 2015. gada 22. maija saistības, ierosinātā koncentrācija neradīs ievērojamus šķēršļus efektīvai konkurencei iekšējā tirgū vai tā būtiskā daļā.

(38) Tāpēc koncentrācija būtu jāatzīst par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. punktu un 8. panta 2. punktu, kā arī EEZ līguma 57. pantu.