Komisijos sprendimo santrauka

2015 m. liepos 17 d.

dėl koncentracijos paskelbimo suderinama su vidaus rinka ir EEE susitarimo veikimu

(Byla M.7408 – Cargill / ADM Chocolate Business)

(pranešta dokumentu Nr. C(2015) 4840)

(Tekstas autentiškas tik anglų kalba)

(2017/C 232/13)

2015 m. liepos 17 d. Komisija priėmė sprendimą bendrovių susijungimo byloje pagal 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės ([1]), ypač to reglamento 8 straipsnio 2 dalį. Visas nekonfidencialus sprendimo tekstas bylos originalo kalba skelbiamas Konkurencijos generalinio direktorato svetainėje šiuo adresu: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

(1) 2015 m. sausio 19 d. pagal Tarybos reglamento (EB) Nr. 139/2004 (toliau – Reglamentas (EB) Nr. 139/2004) 4 straipsnį Komisija gavo pranešimą apie siūlomą koncentraciją: įmonė „Cargill, Incorporated“ (toliau – „Cargill“, Jungtinės Amerikos Valstijos) ketina pirkdama akcijas ir turtą įgyti įmonės „Archer Daniels Midland Company“ pramoninio šokolado verslo (toliau – „the ADM Chocolate Business“, Jungtinės Amerikos Valstijos) kontrolę (toliau – sandoris). „Cargill“ ir „the ADM Chocolate Business“ kartu vadinamos šalimis.

I. **ŠALYS**

(2) „Cargill“ yra JAV įsisteigusi bendrovė, vykdanti maisto, žemės ūkio produktų gamybą ir pardavimą ir rizikos valdymo produktų pardavimą ir paslaugų teikimą tarptautiniu lygmeniu. „Cargill“ verslo veikla apima pramoninio šokolado ir riebalų pagrindu pagamintų glajų ir įdarų (įskaitant šokolado mišinius) gamybą ir pardavimą, taip pat pramoniniam šokoladui gaminti naudojamų kakavos pusgaminių gamybą ir pardavimą.

(3) „the ADM Chocolate Business“ gamina ir parduoda pramoninį šokoladą ir riebalų pagrindu pagamintus glajus ir įdarus, įskaitant šokolado mišinius. Patronuojančioji bendrovė „Archer Daniels Midland Company“ („ADM Cocoa Business“) taip pat gamina ir parduoda kakavos pusgaminius. „Archer Daniels Midland Company“ su bendrove „Olam International Limited“ (toliau – „Olam“) sudarė sutartį dėl „ADM Cocoa Business“ pardavimo ([2]). Taigi, pradinės grandies ADM kakavos verslą įsigys bendrovė „Olam“, o galutinės grandies ADM šokolado verslą – bendrovė „Cargill“.

II. **SANDORIS**

(4) 2014 m. rugpjūčio 28 d. šalys pasirašė pagrindinę pirkimo sutartį, pagal kurią „Cargill“ įgis turtą ir akcijas, sudarančius „ADM Chocolate Business“. Taigi šiuo sandoriu „Cargill“ įgys visą ADM pramoninio šokolado verslo kontrolę.

III. **AIŠKINAMASIS MEMORANDUMAS**

(5) Dėl Sandorio susidaro:

a) pramoninio šokolado gamybos ir pardavimo horizontalus sutapimas;

b) vertikalūs ryšiai tarp kakavos pusgaminių gamybos ir pardavimo (pradinė grandis) ir pramoninio šokolado gamybos ir pardavimo (galutinė grandis), ir

c) šokolado mišinių gamybos ir pardavimo horizontalus sutapimas.

A. **ATITINKAMOS PRODUKTŲ RINKOS**

Įžanginė informacija apie šokolado/kakavos vertės grandinę

(6) Kakavos pupelių derlius yra, visų pirma, išdžiovinamas ir fermentuojamas. Tuomet kakavos pupelės perdirbamos ir sumalamos, siekiant pagaminti kakavos likerį. Kakavos likeris gali būti toliau sunkiamas, siekiant atskirti kakavos sviestą (~ 45 %) ir kakavos išspaudas (~ 55 %), kurios yra pulverizuojamos, kol gaunami kakavos milteliai. Kakavos likeris ir kakavos sviestas, taip pat cukrus ir pieno milteliai yra pramoninio šokolado žaliavos, naudojamos gaminant galutiniam vartotojui skirtus šokolado produktus, konkrečiai, šokoladinius saldainius, sausainius, konditerijos gaminius, ledus ir grūdų dribsnius. Pramoninis šokoladas tiekiamas vartotojui skystas (naudojat šildomus pristatymo sunkvežimius) arba kietas.

([1]) OL L 24, 2004 1 29, p. 1.

([2]) Bendrovės „Olam International Limited“ vykdomą „ADM Cocoa Business“ įsigijimą Europos Komisija 2015 m. birželio 10 d. patvirtino netaikydama jokių sąlygų (žr. bylą M.7510 – Olam/ADM Cocoa Business).

(7) Riebalų pagrindu pagaminti glajai ir įdarai yra iš augalinių riebalų, cukraus ir prieskonių sudarytas mišinys. Šokolado mišinys yra kakavos skonio riebalų pagrindu pagamintas glajus ir įdaras, kuris kartais dėl savo specifinių savybių arba mažesnės kainos yra naudojamas vietoj šokolado galutinio vartotojo produktams gaminti.

Pramoninis šokoladas

(8) Komisija surinko įrodymų, kuriais remiantis skysto ir kieto pramoninio šokolado rinkas galima laikyti atskiromis produktų rinkomis. Pramoninio šokolado vartotojai, visų pirma, perkantys jo daugiau nei porą šimtų tonų per metus, paprastai negali vietoj pramoninio skysto šokolado pirkti tokiu pat būdu pagamintą kietą šokoladą ir atvirkščiai. Skystas pramoninis šokoladas yra pigesnis, perdirbimo gamykloje jį yra paprasčiau perdirbti ir jo gamybos procesas yra trumpesnis. Be to, siekiant pereiti nuo skysto šokolado gamybos prie kieto šokolado gamybos, reikalingos investicijos į papildomą įrangą, ir ne visi tiekėjai gali tiekti tiek kietą, tiek skystą pramoninį šokoladą. Nepaisant to, šiuo atveju produktų rinka gali likti neapibrėžta, nes konkurencijos vertinimas išliks toks pat, nesvarbu kokia bus tiksli produkto rinkos apibrėžtis.

(9) Komisijos nuomone, šokoladą taip pat būtų galima skirstyti į juodąjį, baltąjį ir pieninį šokoladą, ir į standartinį ir nestandartinį pramoninį šokoladą (tai apima sertifikuotą, ekologišką šokoladą ir (arba) registruotų gamybos etapų šokoladą). Šiuo atveju produkto rinka taip pat gali likti neapibrėžta, nes jos apibrėžtis neturės poveikio konkurencijos vertinimo rezultatui.

Kakavos pusgaminiai

(10) Atsižvelgdama į savo ankstesnę bylų nagrinėjimo praktiką, Komisija mano, kad kakavos produktų pusgaminiai turėtų būti toliau priskiriami atskiroms kakavos likerio, kakavos sviesto ir kakavos išspaudų/miltelių rinkoms. Be to, nėra būtina atsakyti į klausimą, ar standartiniai ir nestandartiniai kakavos produktų pusgaminiai sudaro atskiras produktų rinkas, nes konkurencijos vertinimas išliks toks pat, nesvarbu kokia bus tiksli produkto rinkos apibrėžtis.

Riebalų pagrindu pagaminti glajai ir įdarai/šokolado mišiniai

(11) Komisija mano, kad šokolado mišinių rinka ir pramoninio šokolado rinka yra atskiros produktų rinkos, nes skiriasi šių produktų kaina, skonis, konsistencija ir jiems taikomos taisyklės. Papildomas klausimas dėl to, ar šokolado mišinių rinka ir kitų riebalų pagrindu pagamintų įdarų rinka yra atskiros rinkos, gali likti neatsakytas, nes konkurencijos vertinimas išliks toks pat, nesvarbu kokia bus tiksli produkto rinkos apibrėžtis.

B. **ATITINKAMOS GEOGRAFINĖS RINKOS**

Pramoninis šokoladas

(12) Komisija mano, kad atitinkama pramoninio šokolado geografinė rinka nėra EEE masto, bet atitinka 500 km atstumu aplink šalių gamyklas arba klientus esančias žiedines pasiekiamumo zonas. Šiuo atveju Komisija taip pat aptiko įrodymų dėl nacionalinių rinkų.

(13) Priešingai šalių teiginiams, rinkos tyrimu nustatyti keli veiksniai, rodantys, kad atstumas, kuriuo šokoladas yra tiekiamas praktikoje, priklauso nuo jo fizinių savybių ir paklausos ypatybių. Komisija iš šalių ir jų pagrindinių pramoninio šokolado konkurentų surinko sandorių, sudarytų 2013 ir 2014 m., duomenis. Remiantis šiais duomenimis nustatyta aiški pristatymo tendencija rodo, kad 80 % viso pramoninio šokolado parduodama apie 500 km atstumu. Be to, skystas šokoladas yra pervežamas santykinai trumpesniu atstumu, nei kietas šokoladas. Dauguma vartotojų paaiškino, kad jie naudojasi pristatymo reikiamu laiku paslauga, visų pirma todėl, kad jų sandėliavimo pajėgumai yra nedideli ir dėl to jie ieško palyginti nedideliu atstumu esančių skysto šokolado tiekėjų.

(14) Iš Komisijos tyrimo taip pat paaiškėjo, kad pramoninio šokolado tiekėjų ir pristatymo būdo pasirinkimui poveikį daro ir nacionalinės sienos. Pavyzdžiui, Komisija, atkurdama įvykių eigą, nustatė, kad 70 % Vokietijoje naudojamo skysto šokolado yra pagaminta Vokietijoje. Vietos šokoladas dar plačiau naudojamas Prancūzijoje (76 %), JK (90 %), Nyderlanduose (86 %) ir Belgijoje (98 %), ir tai rodo, kad vartotojai apskritai retai perka šokoladą užsienyje.

(15) Tačiau geografinė rinka gali likti neapibrėžta, nes konkurencijos vertinimas išliks toks pat, nesvarbu kokia bus tiksli produkto rinkos apibrėžtis.

Kakavos pusgaminiai

(16) Yra veiksnių, kurie leidžia laikyti, kad kakavos pusgaminių rinka gali būti EEE arba pasaulinio masto. Tačiau geografinė rinka gali likti neapibrėžta, nes konkurencijos vertinimas išliks toks pat, nesvarbu kokia bus tiksli produkto rinkos apibrėžtis.

Riebalų pagrindu pagaminti glajai ir įdarai/šokolado mišiniai

(17) Riebalų pagrindu pagamintų glajų ir įdarų, įskaitant šokolado mišinius, rinka gali likti neapibrėžta, nes konkurencijos vertinimas nesikeičia, nepaisant to, ar rinka yra apibrėžiama kaip nacionalinė, ar kaip aplink šalių gamyklas esančias pasiekiamumo zonas.

C. **KONKURENCIJOS VERTINIMAS**

Pramoninio šokolado rinkos horizontalus sutapimas Vokietijoje

(18) Po susijungusiam subjektui priklausytų daugiau kaip [50–60] % nacionalinės Vokietijos rinkos ir ne mažiau kaip [50–60] % (o daugeliu atveju net daugiau kaip [50–60] % arba [60–70] %) įvairių gamyklų arba klientų pagrindu aplink šalių gamyklas Vokietijoje esančiuose pardavimo regionuose susidariusių pasiekiamumo zonų. Be to, pramoninio šokolado rinkos aplink šalims priklausančias Vokietijoje esančias gamyklas yra koncentruotos, o po sandorio koncentracija, matuojant pagal HHI rodiklį, reikšmingai padidėtų.

(19) Didžioji dauguma gamyklas Vokietijoje turinčių klientų, kurie dalyvavo Komisijos rinkos tyrime, išreiškė susirūpinimą dėl šio sandorio poveikio, visų pirma, kainų augimo. Kai kurie konkurentai patvirtino, kad dėl sandorio sumažėjus, kaip tikimasi, konkurencijai išaugtų kainos, o įmonių pelnas padidėtų.

(20) Vertinant šalių tarpusavio konkurencijos intensyvumą, Vokietijoje esančių gamyklų geografinį artumą, jų pradinės grandies integravimą į kakavos pupelių tiekimo veiklą, kakavos pusgaminių ingredientų perdibimo veiklą, jų sugebėjimą patenkinti į apimtis orientuoto rinkos segmento poreikius, taip pat jų dydį ir pasaulinį mastą, nustatyta, kad pramoninio šokolado pardavimo sektoriuje „Cargill“ ir ADM padėtis yra panaši.

(21) Šalių klientams aplink šalių įmones Vokietijoje esančiuose pardavimo regionuose gali būti sudėtinga pakeisti tiekėjus ir dėl išaugusios kainos jie gali atsidurti pažeidžiamoje padėtyje, nes i) klientai pasikliauna tiekėjų įvairove, kad užsitikrintų tiekimo saugumą ir konkurencingas kainas, ii) alternatyvių tiekėjų yra mažai ir iii) daug tų alternatyvių tiekėjų turi atitinkamų trūkumų, palyginti su trimis dideliais tiekėjais – „Barry Callebaut“ ir šalimis, nes jų gamyklos yra nedidelės, o produktų asortimentas – ribotas, taip pat poveikį daro jų konkurenciniai santykiai su potencialiais klientais galutinės grandies rinkose, jų gamyklų vieta ir (arba) jų pramoninio šokolado produktų kokybė.

(22) Be to, pardavimo regionuose, esančiuose aplink šalių gamyklas Vokietijoje, veiklą vykdantys konkurentai neturi pakankamai pajėgumų, todėl jie negali padidinti tiekimo apimties tiek, kiek reikėtų, siekiant atsverti šalių po sandorio potencialiai padidintas kainas. Nors pagrindinis šalių konkurentas „Barry Callebaut“ dabar ketina didinti savo pajėgumus Vakarų Europoje, Komisija laiko, kad toks pajėgumų padidinimas nesuteiks jam papildomos paskatos atsverti po sandorio susidariusį skysto šokolado kainos padidėjimą, nes „Barry Callebaut“ pagrindiniai strateginiai tikslai yra verslo plėtra besiformuojančiose rinkose, verslo sandorių sudarymas su labai dideliais klientais, pavyzdžiui, „Unilever“ arba „Mondelez“, ir gastronomijos/išskirtinių produktų specializacija.

(23) Vertindama kliūtis patekti į rinką ir atsižvelgdama į savo ryšius su šalių nurodytais potencialiais rinkos dalyviais (įskaitant vertikaliai integruotus šokolado gamintojus, konkrečiai, „Mondelez“ ir „Nestlé“), Komisija mano, kad nepanašu, jog prekybos regionuose aplink šalių Vokietijoje turimas gamyklas, ateityje atsirastų kokių naujų rinkos dalyvių. Be to, nėra jokių įtikinamų įrodymų dėl to, kad koks nors subjektas, visų pirma mažas ar vidutinio dydžio pramoninį šokoladą perkantis klientas, turėtų pakankamą derybinę pirkėjo galią ir galėtų daryti reikšmingą konkurencinį spaudimą šalims.

Pramoninio šokolado rinkos horizontalus persidengimas kitose šalyse

(24) Belgijos, Prancūzijos, Nyderlandų ir Jungtinės Karalystės rinkos struktūra iš esmės skiriasi nuo Vokietijos rinkos struktūros ir nuo šalių gamyklų, esančių Vokietijoje, atitinkamų sutampančių teritorijų.

(25) Jungtinėje Karalystėje šalių bendra rinkos dalis yra mažesnė (apie 25 %), o įmonė „Barry Callebaut“, kuriai priklauso 66 % rinkos, yra rinkos lyderė. Apskritai, JK rinkos tyrimo dalyviai nenurodė, kad sandoris turėtų kokį konkurencijos poveikį, nes užimama bendra rinkos dalis yra vidutinio dydžio, o konkurentas – stiprus. Padėtis Belgijoje ir Nyderlanduose yra tokia pati, nes šių šalių rinkos struktūra yra vienoda. Prancūzijoje sandoris nesukelia jokių konkurencijos problemų, nes ADM rinkoje dalyvauja neaktyviai, o alternatyvus tiekėjas „Cémois“ užima tvirtą poziciją.

Vertikalūs ryšiai tarp kakavos pusgaminių ir pramoninio šokolado

(26) Šiuo sandoriu sukuriami vertikalūs ryšiai tarp „Cargill“ kakavos pusgaminių gamybinės ir tiekimo veiklos ir šalių vykdomos pramoninio šokolado galutinės grandies veiklos. „Cargill“ padėtis pradinės grandies kakavos rinkose yra vidutiniškai stipri ir yra keletas alternatyvių tiekėjų, todėl Komisija laiko, kad sandoris nekelia susirūpinimo dėl galimybės naudotis kakavos pusgaminiais ribojimo.

(27) Be to, sudarydamos sandorį, „Cargill“ ir „ADM Cocoa Business“ pasirašė tiekimo pereinamuoju laikotarpiu susitarimą, pagal kurį „Cargill“ pirks kakavos produktus iš „ADM Cocoa Business“, kad galėtų tiekti pramoninį šokoladą pagal šį sandorį įsigytoms gamykloms. Tačiau prekybininkų rinkoje pajėgumai išliks nepakitę. Be to, „Cargill“ turi nepanaudotų kakavos produktų pajėgumų. Todėl Komisija mano, kad tiekimo pereinamuoju laikotarpiu susitarimu susijungiančioms šalims nesukuriama paskatų sumažinti konkurenciją pradinės grandies kakavos rinkose, o „Cargill“ paskatos atnaujinti susitarimą yra pernelyg nereikšmingos, kad dėl to kiltų kokių konkurencijos problemų.

Riebalų pagrindu pagamintų glajų ir įdarų/šokolado mišinių rinkų horizontalus sutapimas

(28) Šalių turima bendra riebalų pagrindu pagamintų glajų ir įdarų bei šokolado mišinių rinkos dalis išlieka nedidelė ir daro poveikį tik dviem susijusioms rinkoms, kurių atitinkama dalis yra apie 30 % (susijusios rinkos dalys augo nedaug – mažiau kaip 5 % ir 10 %). Rinkos tyrimo rezultatai neįrodo, kad būtų kokių nors konkurencijos problemų, susijusių, konkrečiai, su riebalų pagrindu pagamintais glajais ir įdarais arba šokolado mišiniais.

Išvada

(29) Komisija mano, kad sandoriu nėra smarkiai apribota veiksminga konkurencija pramoninio šokolado, parduodamo klientams Vokietijoje arba klientams, esantiems ADM gamyklos Manheime (Vokietijoje) ir „Cargill“ gamyklų (Vokietijoje) sutampančiose pasiekiamumo zonų teritorijose, rinkoje.

(30) Sandoriu nėra smarkiai apribota veiksminga konkurencija šiose rinkose: i) pramoninio šokolado, parduodamo Belgijoje, Prancūzijoje ir Jungtinėje Karalystėje įsisiteigusių ADM ir „Cargill“ gamyklų sutampančiose pasiekiamumo zonų teritorijose, ii) kakavos pusgaminių ir iii) školado mišinių.

D. **ĮSIPAREIGOJIMAI**

Įsipareigojimų apibūdinimas

(31) 2015 m. gegužės 4 d. šalys pateikė sandorio pakeitimus (2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimai), siekdamos išspręsti Komisijos nustatytas konkurencijos problemas. 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimuose „Cargill“ siūlosi parduoti tinkamam pirkėjui Manheime (Vokietijoje) esančią ADM pramoninio šokolado gamyklą. Manheime esanti gamykla yra didžiausia Europoje ADM pramoninio šokolado gamykla. Ji yra vienintelė ADM pramoninio šokolado gamykla Vokietijoje.

(32) 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimus sudaro tiekimo susitarimas, kurį pirkėjas laisvai pasirenka sudaryti su „Olam“ arba ADM, priklausomai nuo to, kuriai bendrovei tada priklausys „ADM Cocoa Business“, arba su „Cargill“. 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimai neapima jokių intelektinės nuosavybės teisių, su išskirtinio šokolado gamyba susijusių sutarčių, nei sutarčių su klientais, kai Manheimo gamykloje pagaminami ne visi kiekiai. Be to, 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimai neapima jokių konkrečių pirkėjui taikomų kriterijų, kuriais būtų reikalaujama, kad pirkėjas turėtų specialių žinių apie kakavos ir šokolado vertės grandinę.

Įsipareigojimų vertinimas

(33) 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimais būtų beveik visiškai panaikintas visas prekybos rinkų sutapimas Vokietijoje ir teritorijoje, kurioje buvo nustatytą konkurencijos problemų, taigi, būtų išspręstos problemos, kylančios dėl šalių veiklos tose vietovėse horizontalaus sutapimo. Atitinkamai, dauguma rinkos tyrimų respondentų manė, jog 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimais būtų panaikintos visos dėl sandorio kilusios konkurencijos problemos.

(34) Tačiau, remdamasi rinkos tyrimo rezultatais ir savo vertinimu, Komisija manė, kad 2015 m. gegužės 4 d. įsipareigojimai kėlė problemų šiais atvejais:

a) išskirtinio šokolado verslas nebuvo įtrauktas į parduodamo verslo sąrašą;

b) pirkėjui nenustatyti kriterijai, kuriais būtų reikalaujama, kad jis turėtų specialių žinių apie kakavos ir šokolado vertės grandinę;

c) tiekimo susitarime nesuteikta pakankamai lankstumo pirkėjui dėl perkamų kiekių ir jų kasmetinių pokyčių.

(35) 2015 m. gegužės 22 d. šalys pateikė iš dalies pakeistus įsipareigojimus, kuriais tinkamai išsprendžiami šie klausimai.

(36) Taigi, savo sprendime Komisija daro išvadą, kad, remiantis 2015 m. gegužės 22 d. įsipareigojimais, praneštu susijungimu nebus labai apribota veiksminga konkurencija pramoninio šokolado, parduodamo klientams Vokietijoje arba klientams, esantiems ADM gamyklos Manheime (Vokietijoje) ir „Cargill“ gamyklos (Vokietijoje) sutampančiose pasiekiamumo zonų teritorijose, rinkoje.

IV. **IŠVADA**

(37) Dėl pirmiau nurodytų priežasčių sprendime daroma išvada, kad siūloma koncentracija nebus labai ribojama veiksminga konkurencija vidaus rinkoje arba didelėje jos dalyje, jei „Cargill“ laikysis 2015 m. gegužės 22 d. įsipareigojimų.

(38) Todėl, remiantis Susijungimų reglamento 2 straipsnio 2 dalimi bei 8 straipsnio 2 dalimi ir EEE susitarimo 57 straipsniu, turėtų būti pripažinta, kad koncentracija yra suderinama su vidaus rinka ir EEE susitarimo veikimu.