C/2026/4335

6.8.2026

Resumé af Kommissionens afgørelse

af 8. december 2025

om en fusions forenelighed med det indre marked og EØS-aftalens funktion

(Sag M.11753 — MARS / KELLANOVA)

(meddelt under nummer C(2025) 8385)

(Kun den engelske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

(C/2026/4335)

Den 8. december 2025 vedtog Kommissionen en afgørelse i en fusionssag efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ([1]), særlig artikel 8, stk. 1. En ikke-fortrolig udgave af hele afgørelsen findes på engelsk på følgende adresse på Generaldirektoratet for Konkurrences websted: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.

1. **PARTERNE**

1) Mars, Incorporated (»Mars«), med hovedsæde i McLean, USA, er en familieejet leverandør af konfekturevarer, fødevarer, foder til selskabsdyr og ydelser inden for dyrepleje. Mars driver virksomhed inden for tre områder: i) Snacks, ii) Fødevarer og ernæring, og iii) Pleje af selskabsdyr.

2) Kellanova (tidligere Kellogg Company), med hovedsæde i Chicago, USA, fremstiller og markedsfører hovedsagelig snacks og bekvemmelighedsmad. Kellanova driver virksomhed inden for fire områder: i) Snacks, ii) Spiseklare cerealier (»RTEC« – »ready-to-eat cereals«), iii) Dybfrostvarer og iv) Nudler o.a. I Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (»EØS«) markedsfører Kellanova kun snacks og RTEC-produkter.

2. **FUSIONEN**

3) Den 16. maj 2025 modtog Kommissionen en formel anmeldelse i henhold til artikel 4 i fusionsforordningen, hvorved Mars, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), agter at erhverve enekontrol over hele Kellanova ved opkøb af aktier (»transaktionen«). Mars og Kellanova benævnes herefter »parterne«. Den enhed, der følger af transaktionen, benævnes herefter »den fusionerede enhed«.

4) Transaktionen har en EU-dimension, da de i fusionsforordningens artikel 1, stk. 2, fastsatte omsætningstærskler er nået.

5) Ved afgørelse af 25. juni 2025 konstaterede Kommissionen, at transaktionen gav anledning til alvorlig tvivl om dens forenelighed med det indre marked, og den indledte fase II-proceduren efter fusionsforordningens artikel 6, stk. 1, litra c).

6) Udkastet til afgørelse blev den 18. november 2025 drøftet med medlemsstaterne i Det Rådgivende Udvalg for Kontrol med Fusioner og Virksomhedsovertagelser, som afgav en positiv udtalelse. Høringskonsulenten afgav en positiv udtalelse om proceduren i sin rapport, der blev indgivet den 27. november 2025.

([1]) EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1.

3. **RESUMÉ**

7) Markedsundersøgelsen i fase II viste, at transaktionen ikke i betydelig grad ville hæmme den effektive konkurrence på det indre marked eller en væsentlig del heraf.

8) Derfor blev transaktionen erklæret forenelig med det indre marked og EØS-aftalen, og en afgørelse om godkendelse i henhold til fusionsforordningens artikel 8, stk. 1, og EØS-aftalens artikel 57 blev vedtaget d. 8. december 2025.

4. **BEGRUNDELSE**

4.1. **Relevante produktmarkeder**

9) Parternes aktiviteter omfatter en bred vifte af produktkategorier med flere mærker og produkter på tværs af forskellige segmenter, som Kommissionen tidligere har vurderet, såsom chokoladevarer, tyggegummi og foder til selskabsdyr hvad angår Mars, og morgenmadsprodukter og salte snacks hvad angår Kellanova.

10) Med hensyn til relevante produktmarkeder og segmenter kan parternes udbud opdeles i) efter salgskanal, ii) efter produkttype og iii) i egne mærkevarer og mærkevarer.

11) Efter undersøgelsen konkluderede Kommissionen, at den nøjagtige afgrænsning af produktmarkedet kan forblive åben, da transaktionen ikke i betydelig grad ville hæmme den effektive konkurrence i henhold til nogen plausibel markedsafgrænsning. I konkurrenceanalysen vurderede Kommissionen følgende relevante produktmarkeder:

1) markedet for den moderne detailkanal for hvert af de produkter, der er nævnt i det følgende

2) markedet for fremstilling og levering af chokoladevarer med segmenter inden for i) chokoladesnackbarer, ii) chokoladeplader, iii) chokoladepraliner, iv) chokoladebidder (også kaldet chokoladeposer), v) chokoladespecialiteter og vi) sæsonbestemte chokoladeprodukter

3) markedet for salte snacks generelt og markedet for stablede chips specifikt

4) markedet for RTEC med segmenter inden for i) RTEC-produkter, undtagen mysli, ii) mysli, iii) RTEC-produkter i kategorien »sundhed«, iv) RTEC-produkter til børn og v) RTEC-produkter til voksne/familier

5) markedet for tyggegummi generelt

6) markederne for varme saucer og kolde saucer

7) markederne for forkogte ris og tørre ris

8) markedet for katte- og hundefoder med undersegmenter inden for tørfoder, vådfoder og snacks

9) markedet for snackbarer med segmenter inden for i) kornbaserede snackbarer, ii) frugt- og nøddebarer og iii) protein- og energibarer

10) markederne for egne mærkevarer og mærkevarer på engrosniveau for de relevante produkter i dette tilfælde.

4.2. **Relevante geografiske markeder**

12) Kommissionens markedsundersøgelse bekræftede, at der ikke er nogen faktorer, der taler imod at afvige fra Kommissionens beslutningspraksis, der definerer de relevante markeder som nationale. I konkurrenceanalysen vurderede Kommissionen de relevante produktmarkeder på nationalt plan.

4.3. **Konkurrencevurdering**

4.3.1. *Indledning*

13) Transaktionen gav anledning til horisontale overlapninger og konglomeratforbindelser mellem parternes aktiviteter. Transaktionen gav ikke anledning til vertikale forbindelser.

4.3.2. *Horisontale ikkekoordinerede virkninger*

14) Parternes aktiviteter resulterede i horisontalt berørte markeder hvad angår i) kornbaserede snackbarer, undtagen egne mærkevarer i Irland, og ii) frugt- og nøddebarer, undtagen egne mærkevarer i Spanien.

15) Kommissionens markedsundersøgelse bekræftede, at transaktionen ikke i betydelig grad hæmmer den effektive konkurrence i EØS eller en væsentlig del heraf som følge af horisontale ikkekoordinerede virkninger på de berørte horisontale markeder og segmenter. Dette skyldes hovedsagelig, at parternes samlede markedsandele er forholdsvist moderate (under 30 %), at parterne ikke konkurrerer tæt, at der fortsat er et tilstrækkeligt antal alternative leverandører til den fusionerede enhed efter transaktionen, og at ingen kunder eller konkurrenter gav udtryk for betydelige betænkeligheder, men snarere anså virkningerne af transaktionen for at være neutrale.

4.3.3. *Konglomeratvirkninger*

16) Kommissionens markedsundersøgelse fokuserede på, om transaktionen i betydelig grad kunne øge den fusionerede enheds forhandlingsposition over for detailhandlere på en måde, der ville udgøre en betydelig hindring for den effektive konkurrence, i betragtning af i) parternes markedsstyrke inden for individuelle produktkategorier, ii) den fusionerede enheds evne til at forbinde forhandlinger på tværs af produktkategorier og iii) i hvilket omfang den fusionerede enhed kan omsætte markedsstyrke i individuelle kategorier til en forstærket forhandlingsposition på tværs af hele sin produktportefølje ved at forbinde forhandlinger på tværs af produktkategorier.

17) Kommissionens markedsundersøgelse bekræftede, at transaktionen ikke i betydelig grad hæmmer den effektive konkurrence i EØS eller en væsentlig del heraf som følge af konglomeratvirkninger.

18) For det første viste Kommissionens fase II-undersøgelse yderligere tegn på, at Mars og Kellanova hver især har markedsstyrke inden for forskellige individuelle produktkategorier i 10 lande i EØS. I afgørelsen var det imidlertid ikke nødvendigt at drage konklusioner om markedsstyrke, da Kommissionen, uanset om parterne blev anset for at have markedsstyrke inden for individuelle produktkategorier, fandt, at transaktionen ikke i betydelig grad ville øge den fusionerede enheds forhandlingsposition efter transaktionen.

19) For det andet bekræftede Kommissionens fase II-undersøgelse, at Mars har evnen (og den fusionerede enhed fortsat vil have evnen) til at forbinde forhandlinger på tværs af produktkategorier. Undersøgelsen viste, at Mars tidligere reelt udnyttede sin portefølje til at opnå bedre vilkår og betingelser, selv under forhandlinger om enkelte produkter. Ikke desto mindre viste Kommissionens fase II-undersøgelse, at nogle detailhandlere også forbinder resultatet af deres forhandlinger med Mars på tværs af produktkategorier og/eller undertiden er i stand til at modstå Mars under forhandlinger.

20) For det tredje undersøgte Kommissionen flere parametre for at vurdere den sandsynlige indvirkning på detailhandlere, hvis den fusionerede enheds portefølje ikke var tilgængelig, med henblik på at forstå, i hvilket omfang den fusionerede enhed ville kunne omsætte markedsstyrke i individuelle kategorier til forhandlingsstyrke på tværs af hele sin produktportefølje ved at forbinde forhandlinger. Mere specifikt undersøgte Kommissionen, i) om forbrugerne foretager one-stop-shopping, ii) i hvilket omfang der er tale om overlap mellem Mars' og Kellanovas forbrugere, iii) kendetegnene ved Kellanovas produkter, der skal føjes til Mars' portefølje, iv) i hvilket omfang forbrugerne er loyale over for parternes mærker, dvs. om forbrugerne sandsynligvis vil skifte til en anden detailhandler, hvis parternes produkter ikke er tilgængelige i deres sædvanlige supermarked, og v) om forbrugerne, hvis de skifter til en anden detailhandler, sandsynligvis vil foretage hele deres indkøb (eller en betydelig del heraf) hos den anden detailhandler.

21) Mens Kommissionens fase II-undersøgelse bekræftede forbrugernes tendens til one-stop-shopping (dvs. at forbrugerne koncentrerer størstedelen af deres ugentlige indkøb i et enkelt supermarked), og at en betydelig andel af forbrugerne regelmæssigt køber mindst ét produkt fra hver af Mars og Kellanova, gav de øvrige elementer i undersøgelsen ikke stærk støtte til, at transaktionen sandsynligvis vil øge den fusionerede enheds forhandlingsposition over for detailhandlere betydeligt og på en måde, der vil føre til en betydelig hindring af den effektive konkurrence.

22) For det første viste Kommissionens fase II-undersøgelse med hensyn til kendetegnene ved de Kellanova-produkter, der skal føjes til Mars' portefølje, at Pringles i) typisk købes sjældent og impulsivt, ii) er tilgængelige gennem forskellige salgskanaler og iii) står over for konkurrence fra egne mærkevarer og aktører på det bredere marked for chips/salte snacks. Med hensyn til Kellogg's (og mærkets forskellige undermærker) bemærker Kommissionen, at i) salget af cerealier samlet set er faldende, ii) Kellogg's har mistet markedsandele i forhold til alternative egne mærkevarer, og iii) forbrugerne kun sjældent køber cerealier. Desuden har både Pringles og Kellogg's lang holdbarhed, dvs. de købes ikke nødvendigvis hver uge. På grund af disse kendetegn vil Kellanovas Pringles og Kellogg's sandsynligvis ikke give den fusionerede enhed en uforholdsmæssig forhandlingsstyrke.

23) For det andet fastslog Kommissionens fase II-undersøgelse, at selvom noget af den foreliggende dokumentation indikerer, at forbrugernes loyalitet over for (nogle af) parternes mærker ville bevirke, at de ville skifte til en anden detailhandler, hvis mærkerne ikke var tilgængelige i deres sædvanlige supermarked (i stedet for at skifte til et alternativt produkt), viser dokumentationen i sin helhed, at kun en ubetydelig andel af forbrugerne sandsynligvis ville skifte til en anden detailhandler, hvis parternes produkter ikke var tilgængelige i deres sædvanlige supermarked. Desuden finder Kommissionen endnu mindre støtte til, at der er en betydelig andel af forbrugerne, som kun ville skifte, hvis både Mars' og Kellanovas varer manglede, men ikke ville gøre det, hvis der kun manglede produkter fra en af parterne. Parternes interne dokumenter viser også, at i tidligere tilfælde, hvor parternes produkter ikke har været tilgængelige hos en bestemt detailhandler, har både parterne selv og detailhandlerne lidt salgstab.

24) For det tredje fandt Kommissionen ikke dokumentation for en såkaldt »indkøbskurveeffekt«, dvs. at forbrugerne ville foretage hele deres indkøb (eller en betydelig del heraf) hos en anden detailhandler, hvis den fusionerede enheds produkter ikke var tilgængelige i deres sædvanlige supermarked. Dokumentationen viste derfor ikke, at detailhandlerne sandsynligvis vil lide betydeligt større tab end parterne, hvis parternes produkter ikke er tilgængelige i deres butikker.

5. **KONKLUSION**

25) Af de ovennævnte grunde konkluderes det i afgørelsen, at transaktionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på det indre marked eller en væsentlig del heraf.

26) Fusionen bør derfor erklæres forenelig med det indre marked og EØS-aftalens funktion i overensstemmelse med fusionsforordningens artikel 2, stk. 2, og artikel 8, stk. 1, og EØS-aftalens artikel 57.