C/2026/4335

6.8.2026

Kokkuvõte komisjoni otsusest,

8. detsember 2025,

millega tunnistatakse koondumine kokkusobivaks siseturuga ja EMP lepingu toimimisega

(Juhtum M.11753 – MARS / KELLANOVA)

(teatavaks tehtud numbri C(2025) 8385 all)

(Ainult ingliskeelne tekst on autentne)

(EMPs kohaldatav tekst)

(C/2026/4335)

8. detsembril 2025 võttis komisjon vastavalt nõukogu 20. jaanuari 2004. aasta määrusele (EÜ) nr 139/2004 kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle ja eriti selle artikli 8 lõikele 1 vastu otsuse ühinemist käsitleva juhtumi kohta [1]*. Otsuse mittekonfidentsiaalne täisversioon on inglise keeles kättesaadav konkurentsi peadirektoraadi veebisaidil aadressil: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.*

1. **KOONDUMISE OSALISED**

(1) Ettevõtja Mars, Incorporated (edaspidi „Mars“), mille peakorter asub Ameerika Ühendriikides McLeanis, on pereettevõte, mis pakub kondiitritooteid, toiduaineid, lemmikloomatoitu ja loomahooldusteenuseid. Mars tegutseb kolmes peamises segmendis: i) suupisted; ii) toit ja toitumine; iii) lemmikloomahooldus.

(2) Ettevõtja Kellanova (varem Kellogg Company), mille peakorter asub Ameerika Ühendriikides Chicagos, toodab ja turustab peamiselt suupisteid ja valmistoitu. Kellanova tegutseb nelja üksusena: i) suupisted; ii) hommikusöögihelbed; iii) külmutatud toit; iv) nuudlid jm. Euroopa Majanduspiirkonnas (edaspidi „EMP“) müüb Kellanova ainult suupistete ja hommikusöögihelveste üksuste tooteid.

2. **TEHING**

(3) 16. mail 2025 sai komisjon ühinemismääruse artikli 4 kohase teatise kavandatava koondumise kohta, mille raames Mars kavatseb omandada täieliku ainukontrolli ühinemismääruse artikli 3 lõike 1 punkti b tähenduses Kellanova üle aktsiate või osade ostu teel (edaspidi „tehing“). Ettevõtjaid Mars ja Kellanova nimetatakse edaspidi „osalisteks“. Tehingu tulemusena tekkinud üksust nimetatakse edaspidi „ühinemisel tekkivaks üksuseks“.

(4) Tehing on liidu seisukohalt oluline, sest ühinemismääruse artikli 1 lõikes 2 sätestatud käibekünniseid ületatakse.

(5) Komisjon leidis 25. juuni 2025. aasta otsuses, et küsimuses, kas tehing sobib kokku siseturuga, esineb tõsiseid kahtlusi, ning algatas vastavalt ühinemismääruse artikli 6 lõike 1 punktile c II etapi menetluse.

(6) Otsuse eelnõu arutati liikmesriikidega 18. novembril 2025 ettevõtjate koondumist käsitlevas nõuandekomitees, mis andis heakskiitva arvamuse. Ärakuulamise eest vastutav ametnik esitas menetluse kohta pooldava arvamuse oma aruandes, mis esitati 27. novembril 2025.

[1] ELT L 24, 29.1.2004, lk 1.

3. **KOKKUVÕTE**

(7) II etapi turu-uuring näitas, et tehing ei takistaks märkimisväärselt konkurentsi siseturul ega selle olulises osas.

(8) Seega kuulutatakse tehing kokkusobivaks siseturuga ja EMP lepinguga ning seega võeti 8. detsembril 2025 vastu ühinemismääruse artikli 8 lõike 1 ja EMP lepingu artikli 57 kohane koondumist lubav otsus.

4. **SELETUSKIRI**

4.1. **Asjaomased tooteturud**

(9) Osalised tegelevad mitmesuguste tootekategooriatega, kuhu kuulub eri kaubamärkidega ja eri segmentide tooteid, mida komisjon on varem analüüsinud. Marsi puhul on nendeks šokolaadist kondiitritooted, närimiskummi ja lemmikloomatoit ning Kellanova puhul teraviljatooted ja soolased suupisted.

(10) Asjaomaste tooteturgude ja -segmentide osas võib osaliste tootevaliku jaotada i) müügikanali ja ii) tooteliikide alusel ning iii) jaemüüja kaubamärgiga toodeteks ja tootja kaubamärgiga toodeteks.

(11) Uurimise tulemusel jõudis komisjon järeldusele, et tooteturu täpse määratluse võib jätta lahtiseks, sest tehing ei takista märkimisväärselt tõhusat konkurentsi ühegi arvestatava turumääratluse korral. Konkurentsi analüüsimisel vaatles komisjon järgmisi asjaomaseid tooteturge:

1) allpool nimetatud toodete turg vastavalt nende praegusaegsele jaemüügikanalile;

2) šokolaadist kondiitritoodete tootmise ja tarnimise turg, millel on järgmised segmendid: i) šokolaadibatoonid, ii) šokolaaditahvlid, iii) šokolaadipralineed, iv) šokolaadikompvekid (sh väikepakendites), v) šokolaadist eritooted ja vi) šokolaadist hooajatooted;

3) soolaste suupistete turg üldiselt ja konkreetselt pinuna pakendatud kartulikrõpsude turg;

4) hommikusöögihelveste turg järgmiste segmentidena: i) hommikusöögihelbed, välja arvatud müsli, ii) müsli, iii) tervisetoodete kategooriasse kuuluvad hommikusöögihelbed, iv) hommikusöögihelbed lastele ja v) hommikusöögihelbed täiskasvanutele / kogu perele;

5) kogu närimiskummi turg;

6) kuumade ja külmade kastmete turud;

7) kuumtöötlemiseks ettevalmistatud riisi ja kuiva riisi turud;

8) kassi- ja koeratoidu turg, mis jaguneb kuivtoidu, märgtoidu ja suupistete osasegmendiks;

9) suupistebatoonide turg, mis jaguneb i) teraviljabatoonide, ii) puuvilja- ja pähklibatoonide ning iii) valgu- ja energiabatoonide segmendiks;

10) käesoleva juhtumi seisukohalt oluliste jaemüüja kaubamärgiga toodete ja tootja kaubamärgiga toodete hulgimüügiturud.

4.2. **Asjaomased geograafilised turud**

(12) Komisjoni turu-uuring kinnitas, et ükski asjaolu ei takista kõrvalekaldumist komisjoni otsustuspraktikast, mille kohaselt asjaomased turud on ulatuselt üleriigilised. Konkurentsi analüüsimisel analüüsis komisjon asjaomaseid üleriigilisi tooteturge.

4.3. **Konkurentsimõju hindamine**

4.3.1. *Sissejuhatus*

(13) Tehing põhjustas osaliste tegevuse horisontaalset kattuvust ja osalistevahelisi konglomeraatsuhteid. Tehinguga ei loodud vertikaalseid suhteid.

4.3.2. *Horisontaalne kooskõlastamata mõju*

(14) Osaliste tegevuse tulemuseks olid horisontaalselt mõjutatud turud i) teraviljabatoonide puhul, välja arvatud Iirimaal jaemüüja kaubamärgi all müüdavad tooted, ning ii) puuvilja- ja pähklibatoonide puhul, välja arvatud Hispaanias jaemüüja kaubamärgi all müüdavad tooted.

(15) Komisjoni turu-uuring kinnitas, et tehing ei takista märkimisväärselt tõhusat konkurentsi EMPs või selle olulises osas horisontaalse kooskõlastamata mõju tõttu asjaomastele horisontaalselt mõjutatud turgudele ja segmentidele. Selle põhjuseks on peamiselt asjaolu, et osaliste turuosa kokku on suhteliselt mõõdukas (alla 30 %), osalised ei ole lähikonkurendid, ühinemise tulemusel tekkiva üksuse kõrval jääb alles ka piisavalt alternatiivseid tarnijaid ning ükski klient ega konkurent ei väljendanud tehingu üle põhjendatud muret, vaid tehingu mõju peeti neutraalseks.

4.3.3. *Konglomeraatmõju*

(16) Komisjoni turu-uuring keskendus sellele, kas tehing võib niivõrd suurendada ühinemise tulemusel tekkiva üksuse läbirääkimispositsiooni jaemüüjate suhtes, et see takistab märkimisväärselt tõhusat konkurentsi. Uuriti i) osaliste turuvõimu eri tootekategooriates, ii) seda, kas ühinemise tulemusel tekkiv üksus saab pidada läbirääkimisi korraga eri tootekategooriate üle ja iii) seda, mil määral saab ühinemise tulemusel tekkiv üksus talle üksikutes tootekategooriates kuuluvat turuvõimu kasutada selleks, et korraga mitme eri tootekategooria üle läbirääkimisi pidades parandada oma läbirääkimispositsiooni kogu oma tooteportfelli ulatuses.

(17) Komisjoni turu-uuring kinnitas, et kuna tehingul puudub konglomeraatmõju, ei takista see märkimisväärselt tõhusat konkurentsi EMPs või selle olulises osas.

(18) Esiteks saadi komisjoni II etapi uurimise tulemusel uusi andmeid, mis kinnitavad, et nii Marsile kui ka Kellanovale kuulub eri tootekategooriates turuvõim kümnes EMP riigis. Kuid komisjon leidis, et käesolevas asjas otsuse tegemiseks ei ole vaja teha järeldust turuvõimu kohta, kuna olenemata sellest, et osalistel leiti olevat turuvõim üksikutes tootekategooriates, ei tugevne ühinemise tulemusel tekkiva üksuse läbirääkimispositsioon tehingu tulemusel märkimisväärselt.

(19) Teiseks kinnitas komisjoni II etapi uurimine, et Marsil (ja tulevikus ka ühinemise tulemusel tekkival üksusel) on võimalik pidada läbirääkimisi eri tootekategooriate üle korraga. Uurimise tulemusel selgus, et Mars on ka varem kasutanud kogu oma portfelli paremate tingimuste saamiseks juhtudel, kui läbirääkimisi alustati ainult üksikute toodete üle. Lisaks osutas komisjoni II etapi uurimine sellele, et ka osa jaemüüjaid seostavad Marsiga peetavatel läbirääkimistel tulemuste saavutamiseks eri tootekategooriaid ja/või suudavad mõnel juhul Marsile läbirääkimistel vastu seista.

(20) Kolmandaks, selleks et mõista, mil määral saab ühinemise tulemusel tekkiv üksus talle üksikutes tootkategooriates kuuluvat turuvõimu kasutada selleks, et korraga mitme eri kategooria üle läbirääkimisi pidades parandada oma läbirääkimispositsiooni kogu oma tooteportfelli ulatuses, analüüsis komisjon mitme parameetri alusel seda, millist mõju võib jaemüüjatele avaldada see, kui ühinemise tulemusel tekkiva üksuse tooteportfell ei ole neile kättesaadav. Komisjon uuris, i) kas tarbijad eelistavad oste sooritada ühest kauplusest, ii) mil määral Marsi ja Kellanova tarbijad kattuvad, iii) Marsi portfelli lisatavate Kellanova toodete omadusi, iv) tarbijate lojaalsust osaliste kaubamärkide suhtes, st kas tarbijad võivad vahetada jaemüüjat, kui osaliste tooted ei ole nende eelistatud supermarketis enam müügil, ning v) kas jaemüüjat vahetavad tarbijad võtavad tõenäoliselt kaasa kogu oma ostukorvi (või vähemalt suure osa sellest).

(21) Kuigi komisjoni II etapi uurimise tulemusel leidis kinnitust, et ostud sooritatakse ühest kauplusest (st tarbijad teevad enamiku oma iganädalastest ostudest ühesainsas supermarketis), ning et märkimisväärne osa tarbijatest ostab korrapäraselt vähemalt üht Marsi ja üht Kellanova toodet, ei saanud komisjoni uurimise põhjal kindlalt väita, et tehing parandab tõenäoliselt märkimisväärselt ühinemise tulemusel tekkiva üksuse läbirääkimispositsiooni jaemüüjate suhtes niivõrd, et see takistab märkimisväärselt tõhusat konkurentsi.

(22) Esiteks järeldati tulevikus Marsi portfelli lisatavate Kellanova toodete omaduste põhjal, et i) Pringles'it ostetakse harva hetke ajel, et ii) Pringles on kättesaadav eri müügikanalite kaudu ja iii) Pringles'ile pakuvad konkurentsi nii jaemüüja kaubamärgiga tooted kui ka kartulikrõpsude ja soolaste suupistete turul tegutsevad ettevõtjad üldiselt. Mis puudutab Kelloggi ja selle erinevaid kaubamärke, siis märgib komisjon, et i) teraviljatoodete müük üldiselt väheneb, ii) Kelloggi müük väheneb jaemüüja kaubamärgi all müüdavate muude toodete müügi suurenemise tõttu ja iii) tarbijad ostavad teraviljatooteid võrdlemisi harva. Lisaks on nii Pringles'i kui ka Kelloggi toodetel pikk säilivusaeg, mistõttu neid ei ole vaja osta iga nädal. Nende omaduste tõttu ei suurenda Kellanovale kuuluvad Pringles ja Kellogg tõenäoliselt ühinemise tulemusel tekkiva üksuse läbirääkimispositsiooni.

(23) Teiseks, kuigi leidub andmeid selle kohta, et tarbijad on (teatavatele) osaliste kaubamärkidele nii lojaalsed, et juhul, kui neid nende eelistatud supermarketis enam ei müüda, nad pigem vahetavad jaemüüjat kui hakkavad ostma alternatiivseid tooteid, selgus komisjoni II etapi uurimise tulemusel, et kokkuvõttes ei saa olemasolevatest tõenditest järeldada, et märkimisväärne osa tarbijatest siiski ei vaheta jaemüüjat, kui nende eelistatud supermarketis ei ole osaliste tooted kättesaadavad. Veelgi vähem tõendeid leiab komisjon selle kohta, et märkimisväärne osa tarbijaid vahetaks jaemüüjat juhul, kui kaupluses puuduvad nii Marsi kui ka Kellanova tooted, kuid jätaksid jaemüüja vahetamata juhul, kui kaupluses poleks ainult ühe osalise tooteid. Samuti nähtub osaliste sisedokumentidest, et varasematel kordadel, kui mõnel jaemüüjal puudusid osaliste tooted, kannatas sellest nii jaemüüja kui ka osaliste müük.

(24) Kolmandaks ei leidnud kinnitust võimalus, et tekib nn ostukorviefekt, mille puhul jaemüüjat vahetavad tarbijad võtavad tõenäoliselt kaasa kogu oma ostukorvi (või märkimisväärse osa sellest), kui nad ei saa osta ühinemise tulemusel tekkiva üksuse tooteid oma eelistatud supermarketist. Seega puuduvad tõendid selle kohta, et sellest, kui jaemüüja kauplustes ei müüda osaliste tooteid, saaks jaemüüja tõenäoliselt märkimisväärselt suuremat kahju kui osalised.

5. **JÄRELDUS**

(25) Eespool nimetatud põhjustel esitatakse otsuses järeldus, et tehing ei takista olulisel määral tõhusat konkurentsi siseturul või selle olulises osas.

(26) Sellest tulenevalt tuleks koondumine kuulutada kokkusobivaks siseturuga ja EMP lepingu toimimisega kooskõlas ühinemismääruse artikli 2 lõikega 2 ja artikli 8 lõikega 1 ning EMP lepingu artikliga 57.