C/2026/4335

2026 8 6

Komisijos sprendimo santrauka

2025 m. gruodžio 8 d.

Sprendimo dėl koncentracijos paskelbimo suderinama su vidaus rinka ir EEE susitarimo veikimu santrauka

(Byla M.11753 – MARS / KELLANOVA)

(pranešta dokumentu Nr. C(2025) 8385)

(Tekstas autentiškas tik anglų kalba)

(Tekstas svarbus EEE)

(C/2026/4335)

2025 m. gruodžio 8 d. *Komisija, vadovaudamasi 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės* ([1]), *ypač to reglamento 8 straipsnio 1 dalimi, priėmė sprendimą susijungimo byloje. Nekonfidencialus visas sprendimo tekstas anglų kalba skelbiamas Konkurencijos generalinio direktorato svetainėje šiuo adresu: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.*

1. **ŠALYS**

(1) Bendrovė „Mars, Incorporated“ (toliau – „Mars“), kurios būstinė yra Makleine (Jungtinės Amerikos Valstijos), yra šeimai priklausanti konditerijos gaminių, maisto produktų, gyvūnų augintinių ėdalo tiekėja ir gyvūnų priežiūros paslaugų teikėja. Bendrovė „Mars“ vykdo veiklą trijuose pagrindiniuose segmentuose: i) užkandžių; ii) maisto ir mitybos; iii) gyvūnų augintinių priežiūros.

(2) Bendrovė „Kellanova“ (buvusi „Kellogg Company“), kurios būstinė yra Čikagoje (Jungtinės Amerikos Valstijos), daugiausia gamina ir parduoda užkandžius bei paruoštus maisto produktus. Bendrovė „Kellanova“ vykdo veiklą keturiuose padaliniuose: i) užkandžių; ii) valgyti paruoštų grūdų; iii) užšaldytų maisto produktų; iv) makaronų ir kitų produktų. Europos ekonominėje erdvėje (toliau – EEE) bendrovė „Kellanova“ pardavimus vykdo tik per savo užkandžių ir valgyti paruoštų grūdų padalinius.

2. **SANDORIS**

(3) 2025 m. gegužės 16 d. pagal Susijungimų reglamento 4 straipsnį Komisija gavo oficialų pranešimą, pagal kurį bendrovė „Mars“ ketina įgyti, kaip apibrėžta Susijungimų reglamento 3 straipsnio 1 dalies b punkte, išskirtinę visos bendrovės „Kellanova“ kontrolę pirkdama akcijas (toliau – sandoris). Bendrovės „Mars“ ir „Kellanova“ toliau vadinamos šalimis. Sandoriu įsteigtas subjektas toliau vadinamas susijungusiu subjektu.

(4) Sandoris yra Sąjungos masto, nes apyvartos ribos atitinka Susijungimų reglamento 1 straipsnio 2 dalyje nurodytas ribas.

(5) 2025 m. birželio 25 d. sprendimu Komisija nustatė, kad kilo rimtų abejonių dėl sandorio suderinamumo su vidaus rinka, ir pradėjo II etapo procedūrą pagal Susijungimų reglamento 6 straipsnio 1 dalies c punktą.

(6) Sprendimo projektas su valstybėmis narėmis aptartas per 2025 m. lapkričio 18 d. Koncentracijų patariamojo komiteto posėdį ir sulaukė palankios nuomonės. Palankios nuomonės apie procedūrą (pateiktos 2025 m. lapkričio 27 d. ataskaitoje) buvo ir bylą nagrinėjantis pareigūnas.

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

3. **SANTRAUKA**

(7) Atlikus rinkos tyrimą II etape paaiškėjo, kad sandoriu nebūtų labai apribota veiksminga konkurencija vidaus rinkoje arba didelėje jos dalyje.

(8) Todėl sandoris paskelbtas suderinamu su vidaus rinka ir EEE susitarimu, todėl 2025 m. gruodžio 8 d. buvo priimtas sprendimas leisti vykdyti koncentraciją pagal Susijungimų reglamento 8 straipsnio 1 dalį ir EEE susitarimo 57 straipsnį.

4. **AIŠKINAMASIS MEMORANDUMAS**

4.1. **Atitinkamos produktų rinkos**

(9) Šalių veikla apima įvairias produktų kategorijas, įskaitant daugybę prekių ženklų ir produktų skirtinguose segmentuose, kuriuos Komisija anksčiau yra vertinusi, pavyzdžiui, bendrovės „Mars“ atveju – konditerijos gaminius iš šokolado, kramtomąją gumą ir gyvūnų augintinių ėdalą, o bendrovės „Kellanova“ atveju – javainius ir pikantiškus užkandžius.

(10) Kalbant apie atitinkamas produktų rinkas ir segmentus, šalių siūlomus produktus galima suskirstyti taip: i) pagal pardavimo kanalą, ii) pagal produktų rūšį ir iii) į nuosavo rinkoženklio produktus ir firminius produktus.

(11) Atlikusi tyrimą Komisija padarė išvadą, kad tiksli produkto rinkos apibrėžtis gali likti nenustatyta, nes sandoriu nebūtų labai apribota veiksminga konkurencija pagal bet kurią galimą rinkos apibrėžtį. Siekdama atlikti konkurencijos analizę, Komisija įvertino šias atitinkamas produktų rinkas:

1) kiekvieno iš toliau nurodytų produktų modernaus mažmeninės prekybos kanalo rinką;

2) konditerijos gaminių iš šokolado gamybos ir tiekimo rinką, apimančią šiuos segmentus: i) šokoladinių batonėlių, ii) šokolado plytelių, iii) šokoladinių saldainių, iv) šokoladinių kąsnelių (dar vadinamų šokolado gaminiais maišeliuose ir krepšeliuose), v) specialių šokolado gaminių ir vi) sezoninių šokolado gaminių;

3) pikantiškų užkandžių rinką apskritai, taip pat vienas ant kito sudedamų traškučių rinką atskirai;

4) valgyti paruoštų grūdų rinką, apimančią šiuos segmentus: i) valgyti paruoštų grūdų produktų, išskyrus dribsnius su priedais, ii) dribsnių su priedais, iii) sveiko maisto kategorijai priskiriamų valgyti paruoštų grūdų produktų, iv) vaikams skirtų valgyti paruoštų grūdų produktų ir v) suaugusiesiems ir (arba) šeimai skirtų valgyti paruoštų grūdų produktų;

5) kramtomosios gumos rinką apskritai;

6) padažų, kuriuos reikia pašildyti, ir šaltų padažų rinkas;

7) paruoštų šildyti ryžių ir sausų ryžių rinkas;

8) kačių ėdalo ir šunų ėdalo rinką, apimančią smulkesnius sauso ėdalo, šlapio ėdalo ir skanėstų segmentus;

9) užkandžių batonėlių rinką, apimančią šiuos segmentus: i) javainių batonėlių, ii) vaisių ir riešutų batonėlių bei iii) baltyminių ir energinių batonėlių;

10) nuosavo rinkoženklio produktų ir firminių produktų rinką didmeninės prekybos lygmeniu, kiek tai susiję su šioje byloje aptariamais atitinkamais produktais.

4.2. **Atitinkamos geografinės rinkos**

(12) Komisijos atliktas rinkos tyrimas patvirtino, kad nėra veiksnių, dėl kurių nebūtų galima nukrypti nuo Komisijos sprendimų priėmimo praktikos, pagal kurią atitinkamos rinkos apibrėžiamos kaip nacionalinės. Siekdama atlikti konkurencijos analizę, Komisija įvertino atitinkamas produktų rinkas nacionaliniu lygmeniu.

4.3. **Konkurencijos vertinimas**

4.3.1. *Įvadas*

(13) Dėl sandorio atsirado šalių veiklos horizontaliųjų sutapimų ir konglomeratinių ryšių. Dėl sandorio vertikaliųjų ryšių neatsirado.

4.3.2. *Horizontalusis nekoordinuojamas poveikis*

(14) Šalių veikla lėmė horizontalųjį poveikį rinkoms, kiek tai susiję su: i) javainių batonėliais, išskyrus nuosavo rinkoženklio produktus Airijoje; ii) vaisių ir riešutų batonėliais, išskyrus nuosavo rinkoženklio produktus Ispanijoje.

(15) Komisijos atliktas rinkos tyrimas patvirtino, kad sandoriu nėra labai ribojama veiksminga konkurencija EEE arba didelėje jos dalyje dėl horizontaliojo nekoordinuojamojo poveikio, kiek tai susiję su atitinkamomis horizontaliai paveiktomis rinkomis ir segmentais. Taip yra daugiausia dėl to, kad bendros šalių rinkos dalys yra palyginti nedidelės (mažesnės nei 30 proc.), šalys tarpusavyje glaudžiai nekonkuruoja, po sandorio išlieka pakankamai kitų tiekėjų, kurie yra susijungusio subjekto alternatyva, ir nė vienas klientas ar konkurentas nepareiškė pagrįstų abejonių, o sandorio poveikį veikiau vertino kaip neutralų.

4.3.3. *Konglomerato poveikis*

(16) Komisijos atliktame rinkos tyrime daugiausia dėmesio skirta išsiaiškinti, ar sandoriu galėtų būti stipriai padidinta susijungusio subjekto derybinė galia mažmenininkų atžvilgiu taip, kad būtų labai stipriai veiksminga konkurencija, atsižvelgiant į: i) šalių įtaką rinkoje atskirose produktų kategorijose, ii) susijungusio subjekto galimybę susieti derybas dėl skirtingų produktų kategorijų ir iii) tai, kokiu mastu susijungęs subjektas, remdamasis susietomis derybomis, gali įtaką rinkoje atskirose produktų kategorijose paversti viso savo produktų portfelio derybine galia.

(17) Komisijos atliktu rinkos tyrimu patvirtinta, kad sandoriu nėra labai ribojama veiksminga konkurencija EEE arba didelėje jos dalyje dėl konglomerato poveikio.

(18) Pirma, per Komisijos II etapo tyrimą gauta papildomų duomenų, patvirtinančių, kad tiek bendrovė „Mars“, tiek bendrovė „Kellanova“ turi įtaką rinkoje įvairiose atskirose produktų kategorijose 10 EEE šalių. Tačiau priimant sprendimą nebuvo būtina daryti išvados dėl įtakos rinkoje klausimo, nes, nepaisant to, ar būtų nustatyta, kad šalys turi įtaką rinkoje atskirose produktų kategorijose, Komisija nustatė, kad dėl sandorio susijungusio subjekto derybinė galia po sandorio labai nepadidėtų.

(19) Antra, Komisijos II etapo tyrimu patvirtinta, kad bendrovė „Mars“ turi galimybę (ir šią galimybę taip pat turės susijungęs subjektas) susieti derybas dėl skirtingų produktų kategorijų. Tyrimas atskleidė, kad anksčiau bendrovė „Mars“ veiksmingai naudojosi savo produktų portfeliu, siekdama išsiderėti palankesnes sąlygas, net kai derybos buvo pradedamos dėl kiekvieno produkto atskirai. Vis dėlto Komisijos II etapo tyrimas parodė, kad kai kurie mažmenininkai derybose su bendrove „Mars“ taip pat susieja skirtingų produktų kategorijų derybų rezultatus ir (arba) kartais derybų metu geba priešintis „Mars“.

(20) Trečia, siekdama suprasti tai, kokiu mastu susijungęs subjektas, remdamasis susietomis derybomis, galėtų įtaką rinkoje atskirose produktų kategorijose paversti viso savo produktų portfelio derybine galia, Komisija išnagrinėjo kelis parametrus, kad įvertintų tikėtiną poveikį mažmenininkams, jeigu susijungusio subjekto produktų portfelis būtų neprieinamas. Konkrečiau, Komisija vertino: i) ar vartotojai apsiperka vienoje vietoje, ii) kiek sutampa bendrovių „Mars“ ir „Kellanova“ produktų vartotojų ratas, iii) bendrovės „Kellanova“ produktų, kurie būtų įtraukti į bendrovės „Mars“ produktų portfelį, savybes, iv) vartotojų lojalumo šių šalių prekių ženklams lygį, t. y. ar tikėtina, kad vartotojai pasirinktų kitą mažmenininką, jeigu prekybos centre, kuriame jie paprastai apsiperka, šių šalių produktų nebūtų, ir v) ar tuo atveju, jeigu vartotojai pasirinktų kitą mažmenininką, tikėtina, kad jie pas jį perkeltų ir visą savo pirkinių krepšelį (arba didelę jo dalį).

(21) Nors Komisijos II etapo tyrimu patvirtinta tai, kad vartotojai linkę apsipirkti vienoje vietoje (t. y. didžiąją dalį savaitės pirkinių įsigyti viename prekybos centre), taip pat kad yra didelė dalis vartotojų, kurie reguliariai perka bent po vieną tiek „Mars“, tiek „Kellanova“ produktą, kiti Komisijos ištirti aspektai nesuteikė tvirto pagrindo manyti, kad dėl sandorio galėtų stipriai išaugti susijungusio subjekto derybinė galia mažmenininkų atžvilgiu, dėl kurios būtų labai apribota veiksminga konkurencija.

(22) Pirma, kalbant apie bendrovės „Kellanova“ produktų, kurie būtų įtraukti į bendrovės „Mars“ produktų portfelį, savybes, Komisijos II etapo tyrimas parodė, kad traškučiai „Pringles“: i) paprastai perkami retai, impulsyviai, ii) parduodami įvairiais pardavimo kanalais ir iii) konkuruoja su nuosavo rinkoženklio produktais bei kitais rinkos dalyviais, veikiančiais platesnėje traškučių ir pikantiškų užkandžių rinkoje. Dėl „Kellogg's“ (ir jos įvairių antrinių prekių ženklų) Komisija pažymi, kad: i) javainių pardavimai apskritai mažėja, ii) „Kellogg's“ prarado pardavimų dalį dėl nuosavo rinkoženklio alternatyvų ir iii) vartotojai javainius perka tik retkarčiais. Be to, tiek „Pringles“, tiek „Kellogg's“ produktų galiojimo laikas yra ilgas, t. y. jų nereikia pirkti kas savaitę. Dėl šių savybių mažai tikėtina, kad „Kellanova“ priklausantys „Pringles“ ir „Kellogg's“ produktai susijungusiam subjektui suteiktų didesnę derybinę galią.

(23) Antra, nors kai kurie turimi įrodymai patvirtina, kad vartotojai yra tokie ištikimi (kai kuriems) šalių prekių ženklams, kad, jeigu šių prekių ženklų produktų nebūtų prekybos centre, kuriame jie paprastai apsiperka, jie pasirinktų kitą mažmenininką (užuot pasirinkę alternatyvų produktą), Komisijos II etapo tyrimu nustatyta, kad, įvertinus turimus įrodymus bendrai, nėra pagrindo manyti, jog tikėtina, kad reikšminga vartotojų dalis pasirinktų kitą mažmenininką, jeigu šalių produktų nebūtų prekybos centre, kuriame jie paprastai apsiperka. Be to, Komisija rado dar mažiau pagrindo manyti, kad yra reikšminga vartotojų dalis, kuri pasirinktų kitą mažmenininką tik tuo atveju, jei nebūtų tiek „Mars“, tiek „Kellanova“ produktų, tačiau to nedarytų, jei nebūtų tik vienos iš šių šalių produktų. Be to, šalių vidaus dokumentai rodo, kad praeityje, kai šalių produktai nebuvo prieinami pas konkretų mažmenininką, nuo sumažėjusių pardavimų nukentėjo tiek pačios šalys, tiek mažmenininkai.

(24) Trečia, Komisija nerado įrodymų, patvirtinančių „pirkinių krepšelio poveikį“, t. y. kad vartotojai perkeltų visą savo pirkinių krepšelį (arba didelę jo dalį) pas kitą mažmenininką, jeigu susijungusio subjekto produktų nebūtų prekybos centre, kuriame jie paprastai apsiperka. Todėl iš įrodymų nematyti, kad mažmenininkai, jei šalių produktų nebūtų jų parduotuvėse, veikiausiai patirtų žymiai didesnius nuostolius nei šalys.

5. **IŠVADA**

(25) Dėl pirmiau minėtų priežasčių sprendime daroma išvada, kad sandoriu nebus labai sutrikdyta veiksminga konkurencija vidaus rinkoje arba didelėje jos dalyje.

(26) Todėl, remiantis Susijungimų reglamento 2 straipsnio 2 dalimi bei 8 straipsnio 1 dalimi ir EEE susitarimo 57 straipsniu, turėtų būti pripažinta, kad koncentracija yra suderinama su vidaus rinka ir EEE susitarimo veikimu.