C/2026/4335

6.8.2026.

**Kopsavilkums Komisijas lēmumam**

**(2025. gada 8. decembris),**

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

**(Lieta M.11753 – MARS / KELLANOVA)**

*(izziņots ar dokumenta numuru C(2025)8385)*

**(autentisks ir tikai teksts angļu valodā)**

**(Dokuments attiecas uz EEZ)**

(C/2026/4335)

*Komisija 2025. gada 8. decembrī pieņēma lēmumu apvienošanās lietā saskaņā ar Padomes Regulu (EK) Nr. 139/2004 (2004. gada 20. janvāris) par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju* [1] *un jo īpaši šīs regulas 8. panta 1. punktu. Pilns lēmuma nekonfidenciālās versijas teksts angļu valodā ir pieejams Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.*

## 1. **PUSES**

(1) *Mars, Incorporated* ("Mars"), kura galvenā mītne atrodas *McLean*, Amerikas Savienotajās Valstīs, ir ģimenei piederošs konditorejas izstrādājumu, pārtikas produktu, lolojumdzīvnieku barības un dzīvnieku aprūpes pakalpojumu piegādātājs. *Mars* darbojas trīs galvenajos segmentos: i) uzkodas; ii) pārtika un uzturs; iii) lolojumdzīvnieku aprūpe.

(2) *Kellanova* (iepriekš *Kellogg Company*), kura galvenā mītne atrodas Čikāgā, Amerikas Savienotajās Valstīs, galvenokārt ražo un tirgo uzkodas un lietošanai gatavos pārtikas produktus. *Kellanova* savu darbību veic četrās struktūrvienībās: i) uzkodas; ii) lietošanai gatavie graudaugi ("RTEC"); iii) saldēti produkti; iv) nūdeles un citi. Eiropas Ekonomikas zonā (turpmāk tekstā — "EEZ") *Kellanova* veic pārdošanu tikai ar savu uzkodu un *RTEC* struktūrvienību starpniecību.

## 2. **DARĪJUMS**

(3) Komisija 2025. gada 16. maijā atbilstoši Apvienošanās regulas 4. pantam saņēma oficiālu paziņojumu par to, ka *Mars* Apvienošanās regulas 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē plāno vienpersoniski iegūt pilnīgu kontroli pār *Kellanova*, iegādājoties daļas ("darījums"). *Mars* un *Kellanova* turpmāk tekstā apzīmēti kā "puses". No darījuma izrietošā struktūra turpmāk ir apzīmēta kā "apvienotais uzņēmums".

(4) Darījumam ir Savienības mērogs, jo ir sasniegtas Apvienošanās regulas 1. panta 2. punktā noteiktās apgrozījuma robežvērtības.

(5) Komisija 2025. gada 25. jūnija lēmumā secināja, ka darījums rada nopietnas šaubas par tā saderību ar iekšējo tirgu, un ierosināja II posma lietu atbilstoši Apvienošanās regulas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktam.

(6) 2025. gada 18. novembrī lēmuma projekts ar dalībvalstīm tika apspriests Padomdevējā komitejā uzņēmumu koncentrācijas jautājumos, un tā sniedza labvēlīgu atzinumu. Uzklausīšanas amatpersona savā ziņojumā, kas tika iesniegts 2025. gada 27. novembrī, sniedza labvēlīgu atzinumu par lietas izskatīšanu.

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

## 3. **KOPSAVILKUMS**

(7) Tirgus izpēta II posmā ļāva secināt, ka darījums būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei iekšējā tirgū vai nozīmīgā tā daļā.

(8) Tāpēc darījums ir atzīts par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līgumu, un tāpēc 2025. gada 8. decembrī tika pieņemts lēmums par darījuma atļaušanu saskaņā ar Apvienošanās regulas 8. panta 1. punktu un EEZ līguma 57. pantu.

## 4. **PASKAIDROJUMA RAKSTS**

### 4.1. **Konkrētie produktu tirgi**

(9) Pušu darbības aptver produktu kategoriju plašu klāstu ar vairākiem zīmoliem un produktiem dažādos segmentos, ko iepriekš novērtējusi Komisija, piemēram, šokolādes konditorejas izstrādājumus, košļājamās gumijas un lolojumdzīvnieku barību attiecībā uz *Mars*, kā arī sausās brokastis un sāļās uzkodas attiecībā uz *Kellanova*.

(10) Attiecībā uz konkrētajiem produktu tirgiem un segmentiem pušu piedāvājumu var segmentēt i) pēc pārdošanas kanāla, ii) pēc produktu veida un iii) starp paszīmola un zīmola produktiem.

(11) Pēc izmeklēšanas Komisija secināja, ka precīza produktu tirgus definīcija var palikt atklāta, jo darījums būtiski nekaitētu efektīvai konkurencei saskaņā ar jebkādu ticamu tirgus definīciju. Lai veiktu konkurences analīzi, Komisija novērtēja šādus konkrētos produktu tirgus:

1. mūsdienīga mazumtirdzniecības kanāla tirgus katram no turpmāk minētajiem produktiem;

2. šokolādes konditorejas izstrādājumu ražošanas un piegādes tirgus ar šādiem segmentiem: i) šokolādes batoniņi, ii) šokolādes tāfelītes, iii) šokolādes konfektes, iv) šokolādes gabali (saukti arī par šokolādes paciņām un maisiņiem), v) speciālie šokolādes izstrādājumi un vi) šokolādes sezonas izstrādājumi;

3. sāļo uzkodu tirgus kopumā, kā arī konkrēti cilindra iepakojumos iepakotu čipsu tirgus;

4. *RTEC* tirgus ar šādiem segmentiem: i) *RTEC* produkti, izņemot musli, ii) musli, iii) *RTEC* produkti "veselības" kategorijā, iv) *RTEC* produkti bērniem un v) *RTEC* produkti pieaugušajiem/ģimenei;

5. košļājamo gumiju tirgus kopumā;

6. karsto mērču un auksto mērču tirgi;

7. karsēšanai gatavu rīsu un sauso rīsu tirgi;

8. kaķu un suņu barības tirgus ar sausās barības, mitrās barības un uzkodu apakšsegmentiem;

9. uzkodu batoniņu tirgus ar šādiem segmentiem: i) graudaugu batoniņi, ii) augļu un riekstu batoniņi un iii) proteīna un enerģijas batoniņi;

10. attiecībā uz konkrētajiem produktiem – produktu paszīmola produktu un zīmola produktu tirgi vairumtirdzniecības līmenī.

### 4.2. **Konkrētie ģeogrāfiskie tirgi**

(12) Komisijas veiktā tirgus izpēte apstiprināja, ka nav faktoru, kas liecinātu pret novirzīšanos no Komisijas lēmumu pieņemšanas prakses, definējot konkrētos tirgus kā valsts mēroga tirgus. Lai veiktu konkurences analīzi, Komisija novērtēja konkrētos produktu tirgus valsts līmenī.

4.3. **Novērtējums par ietekmi uz konkurenci**

4.3.1. *Ievads*

(13) Darījums radīja horizontālu pārklāšanos un konglomerāta attiecības starp pušu darbībām. Darījums neradīja arī vertikālās attiecības.

4.3.2. *Horizontāla nekoordinēta ietekme*

(14) Pušu darbību rezultātā radās horizontāli ietekmēti tirgi attiecībā uz i) graudaugu batoniņiem, izņemot pašzīmola produktus Īrijā, un ii) augļu un riekstu batoniņiem, izņemot pašzīmola produktus Spānijā.

(15) Komisijas veiktā tirgus izpēte apstiprināja, ka horizontālās nekoordinētās ietekmes dēļ darījums būtiski nekaitē efektīvai konkurencei EEZ vai nozīmīgā tās daļā attiecībā uz konkrētajiem horizontāli ietekmētajiem tirgiem un segmentiem. Tas galvenokārt ir tāpēc, ka pušu kopējās tirgus daļas ir salīdzinoši mērenas (mazākas par 30 %), puses nav iesaistītas ciešā konkurencē, pēc darījuma apvienotajam uzņēmumam paliktu pietiekams skaits alternatīvu piegādātāju un neviens klients vai konkurents nepauda pamatotas bažas, bet drīzāk uzskatīja, ka darījuma ietekme ir neitrāla.

4.3.3. *Konglomerāta ietekme*

(16) Komisijas tirgus izpētē galvenā uzmanība tika pievērsta tam, vai darījums varētu ievērojami palielināt apvienotā uzņēmuma spēju aizstāvēt savas intereses sarunās ar mazumtirgotājiem tādā veidā, kas būtiski kaitētu efektīvai konkurencei, ņemot vērā i) pušu tirgus varu atsevišķās produktu kategorijās, ii) apvienotā uzņēmuma spēju sasaistīt sarunas starp ražojumu kategorijām un iii) to, cik lielā mērā apvienotais uzņēmums var tirgus varu atsevišķās kategorijās pārvērst par spēju aizstāvēt savas intereses attiecībā uz visu tā produktu portfeli, pamatojoties uz saistītām sarunām.

(17) Komisijas veiktā tirgus izpēte apstiprināja, ka konglomerāta ietekmes dēļ darījums būtiski nekaitē efektīvai konkurencei EEZ vai nozīmīgā tās daļā.

(18) Pirmkārt, Komisijas II posma izmeklēšana sniedza papildu norādes par to, ka gan *Mars*, gan *Kellanova* ir tirgus vara dažādās atsevišķās produktu kategorijās 10 EEZ valstīs. Tomēr lēmuma vajadzībām nebija nepieciešams izdarīt secinājumus par tirgus varu, jo neatkarīgi no tā, vai tika konstatēts, ka pusēm ir tirgus vara atsevišķās produktu kategorijās, Komisija konstatēja, ka darījums pēc tā veikšanas būtiski nepalielinās apvienotā uzņēmuma spēju aizstāvēt savas intereses.

(19) Otrkārt, Komisijas II posma izmeklēšana apstiprināja, ka *Mars* spēj (un apvienotais uzņēmums arī turpmāk spēs) sasaistīt sarunas dažādās produktu kategorijās. Izmeklēšanā atklājās, ka agrāk *Mars* efektīvi izmantoja savu portfeli, lai panāktu labākus noteikumus un nosacījumus, pat ja sarunas tika sāktas par katru produktu atsevišķi. Tomēr Komisijas II posma izmeklēšana parādīja, ka daži mazumtirgotāji savu sarunu ar Mars iznākumu sasaista arī visās produktu kategorijās un/vai dažkārt spēj iebilst *Mars* sarunu laikā.

(20) Treškārt, lai izprastu, cik lielā mērā apvienotais uzņēmums varētu tirgus varu atsevišķās kategorijās pārvērst par spēju aizstāvēt savas intereses visā savā produktu portfelī, pamatojoties uz saistītām sarunām, Komisija pārbaudīja vairākus parametrus, lai novērtētu iespējamo ietekmi uz mazumtirgotājiem, ja apvienotā uzņēmuma portfelis nebūtu pieejams. Konkrētāk, Komisija apsvēra, i) vai patērētāji iesaistās "vienas pieturas" pirkšanā, ii) cik lielā mērā *Mars* un *Kellanova* patērētāji pārklājas, iii) *Mars* portfelim pievienojamo *Kellanova* produktu īpašības, iv) patērētāju lojalitātes līmeni pret pušu zīmoliem, t. i., vai patērētāji varētu pāriet pie cita mazumtirgotāja, ja pušu produkti nebūtu pieejami to primārajā lielveikalā, un v) vai gadījumā, ja patērētāji pārietu pie cita mazumtirgotāja, viņi, visticamāk, ņemtu līdzi visu "iepirkšanās grozu" (vai ievērojamu tā daļu).

(21) Lai gan Komisijas II posma izmeklēšanā tika atbalstīts pieņēmums par "vienas pieturas" iepirkšanos (t. i., patērētāji lielāko daļu iknedēļas pirkumu koncentrē vienā lielveikalā), kā arī tas, ka ievērojama daļa patērētāju regulāri iegādājas vismaz vienu produktu no *Mars* un *Kellanova*, citi Komisijas izmeklētie elementi nesniedza stingru atbalstu tam, ka darījums varētu ievērojami palielināt apvienotā uzņēmuma spēju aizstāvēt savas intereses attiecībā pret mazumtirgotājiem tādā veidā, kas būtiski kaitētu efektīvai konkurencei.

(22) Pirmkārt, attiecībā uz to *Kellanova* produktu īpašībām, kas tiktu pievienoti *Mars* portfelim, Komisijas II posma izmeklēšana parādīja, ka *Pringles* i) parasti tiek pirkti reti un uz impulsa bāzes, ii) ir pieejami dažādos pārdošanas kanālos un iii) saskaras ar konkurenci, ko rada pašzīmola produkti, kā arī dalībnieki, kas darbojas plašākā čipsu / sāļo uzkodu tirgū. Attiecībā uz *Kellogg's* (un tā dažādajiem apakšzīmoliem) Komisija norāda, ka i) sauso brokastu pārdošanas apjomi kopumā samazinās, ii) *Kellogg's* ir zaudējis pārdošanas apjomus, salīdzinot ar pašzīmola alternatīvām, un iii) patērētāji sausās brokastis pērk reti. Turklāt gan *Pringles*, gan *Kellogg's* ir ilgs glabāšanas laiks, t. i., tie nav jāiegādājas katru nedēļu. Ņemot vērā šīs iezīmes, ir maz ticams, ka *Kellanova Pringles* un *Kellogg's* nodrošinātu apvienotajam uzņēmumam lielāku spēju aizstāvēt savas intereses.

(23) Otrkārt, lai gan daži pieejamie pierādījumi liecina, ka patērētāji ir lojāli pret (dažiem) pušu zīmoliem, ciktāl viņi pārietu pie cita mazumtirgotāja, ja tie nebūtu pieejami to primārajā lielveikalā (nevis pāriet uz alternatīvu produktu), Komisijas II posma izmeklēšanā tika konstatēts, ka kopumā pieejamie pierādījumi neliecina, ka nozīmīga patērētāju daļa varētu pāriet pie cita mazumtirgotāja, ja pušu produkti nebūtu pieejami to primārajā lielveikalā. Turklāt Komisija uzskata, ka ir vēl mazāk pierādījumu tam, ka ir nozīmīga patērētāju daļa, kas mainītu mazumtirgotāju tikai tad, ja trūktu gan *Mars*, gan *Kellanova* produktu, bet to nedarītu, ja trūktu tikai vienas vai otras puses produktu. Turklāt pušu iekšējie dokumenti liecina, ka iepriekšējos gadījumos, kad pušu produkti nav bijuši pieejami konkrētam mazumtirgotājam, gan pašas puses, gan mazumtirgotāji ir cietuši no pārdošanas apjoma zuduma.

(24) Treškārt, Komisija neguva pārliecību par "groza efektu", t. i., to, ka patērētāji mainītu visu savu iepirkšanās grozu (vai ievērojamu tā daļu) uz citu mazumtirgotāju, ja apvienotā uzņēmuma produkti nebūtu pieejami to primārajā lielveikalā. Tāpēc pierādījumi neliecināja, ka mazumtirgotāji varētu saskarties ar ievērojami lielākiem zaudējumiem nekā puses, ja pušu produkti nebūtu pieejami to veikalos.

## 5. **SECINĀJUMS**

(25) Ņemot vērā iepriekšminētos iemeslus, lēmumā secināts, ka ierosinātais darījums būtiski nekaitēs efektīvai konkurencei iekšējā tirgū vai nozīmīgā tā daļā.

(26) Tāpēc koncentrācija atzīstama par saderīgu ar iekšējo tirgu un EEZ līguma darbību saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. punktu un 8. panta 1. punktu un EEZ līguma 57. pantu.