C/2026/4335

6.8.2026

Samenvatting van het besluit van de Commissie

van 8 december 2025

waarbij een concentratie verenigbaar wordt verklaard met de interne markt en de werking van de EER-Overeenkomst

(Zaak M.11753 — MARS / KELLANOVA)

(Kennisgeving geschied onder nummer C(2025) 8385)

(Slechts de tekst in de Engelse taal is authentiek)

(Voor de EER relevante tekst)

(C/2026/4335)

Op 8 december 2025 heeft de Commissie een besluit vastgesteld met betrekking tot een concentratiezaak op grond van Verordening (EG) nr. 139/2004 van de Raad van 20 januari 2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen ([1]), en met name artikel 8, lid 1, van die verordening. Een niet-vertrouwelijke versie van de volledige tekst van het besluit is in de Engelse taal te vinden op de website van DG Concurrentie op het volgende adres: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.

1. **DE PARTIJEN**

(1) Mars, Incorporated ("Mars"), met hoofdkantoor in McLean (Verenigde Staten), is een familiebedrijf dat zoetwaren, voedingsproducten, diervoeding en veterinaire diensten aanbiedt. De activiteiten van Mars zijn onder te verdelen in drie hoofdsegmenten: i) Snacking; ii) Food & Nutrition; en iii) Petcare.

(2) Kellanova (voorheen: Kellogg Company) met hoofdkantoor in Chicago (Verenigde Staten) produceert en verkoopt vooral snacks en gemaksvoeding. De activiteiten van Kellanova zijn verdeeld over vier divisies: i) Snacks; (ii) Ready-to-eat cereal ("RTEC"); iii) Frozen; en iv) Noodles and Others. Binnen de Europese Economische Ruimte ("EER") behaalt Kellanova alleen omzet met haar Snack- en RTEC-divisies.

2. **DE TRANSACTIE**

(3) Op 16 mei 2025 heeft de Commissie een formele aanmelding in de zin van artikel 4 van de concentratieverordening ontvangen, waarin is meegedeeld dat Mars voornemens is uitsluitende zeggenschap in de zin van artikel 3, lid 1, punt b), van de concentratieverordening te verkrijgen over het geheel van Kellanova door de verwerving van aandelen ("de transactie"). Mars en Kellanova worden hierna tezamen "de partijen" genoemd. De uit de transactie voortkomende entiteit wordt hierna "de gefuseerde entiteit" genoemd.

(4) De transactie heeft een Uniedimensie aangezien de omzetdrempels uit artikel 1, lid 2, van de concentratieverordening zijn bereikt.

(5) In haar besluit van 25 juni 2025 is de Commissie tot de bevinding gekomen dat de voorgenomen transactie ernstige twijfel deed rijzen ten aanzien van de verenigbaarheid ervan met de interne markt en heeft zij op grond van artikel 6, lid 1, punt c), van de concentratieverordening een fase II-procedure ingeleid.

(6) Over het ontwerpbesluit zijn op 18 november 2025 de lidstaten geraadpleegd tijdens een bijeenkomst van het Adviescomité voor concentraties, dat een gunstig advies heeft uitgebracht. De raadadviseur-auditeur heeft een gunstig advies over de procedure uitgebracht in zijn verslag dat op 27 november 2025 is ingediend.

([1]) PB L 24 van 29.1.2004, blz. 1.

3. **SAMENVATTING**

(7) Uit het fase II-marktonderzoek is gebleken dat de transactie een daadwerkelijke mededinging op de interne markt, of een wezenlijk deel daarvan, niet op significante wijze zou belemmeren.

(8) Daarom is de transactie verenigbaar verklaard met de interne markt en de werking van de EER-overeenkomst en daarom is op 8 december 2025 een goedkeuringsbesluit op grond van artikel 8, lid 1, van de concentratieverordening en artikel 57 van de EER-overeenkomst vastgesteld.

4. **TOELICHTING**

4.1. **De relevante productmarkten**

(9) De activiteiten van de partijen omvatten een breed scala productcategorieën, met talrijke merken en producten uit verschillende segmenten die voorheen door de Commissie zijn beoordeeld, zoals chocoladesnoep, kauwgom en diervoeding (voor Mars) en graanproducten en hartige snacks (voor Kellanova).

(10) In termen van relevante productmarkten en -segmenten kan het aanbod van de partijen worden gesegmenteerd i) op basis van het verkoopkanaal, ii) naar type product, en iii) tussen huismerkproducten en merkproducten.

(11) Na haar onderzoek kwam de Commissie tot de conclusie dat de precieze afbakening van de productmarkt in het midden kan worden gelaten omdat de transactie, in iedere plausibele marktafbakening, een daadwerkelijke mededinging niet significant zou belemmeren. Ten behoeve van de beoordeling uit mededingingsoogpunt heeft de Commissie een beoordeling gemaakt van de volgende relevante productmarkten:

1. de markt voor het moderne detailhandelskanaal voor elk van de hierna genoemde producten;
2. de markt voor de productie en levering van chocoladesnoep met segmenten voor i) chocoladerepen, ii) chocoladetabletten, iii) chocolade bonbons, iv) chocbites (of zakjes en zakken met chocolaatjes), v) chocolade specialiteiten en vi) chocolade seizoensproducten;
3. de markt voor hartige snacks algemeen en specifiek die voor stapelchips;
4. de market voor kant-en-klare ontbijtgranen ("RTEC") met segmenten voor i) RTEC-producten zonder muesli, ii) muesli, iii) RTEC-producten in de categorie "gezond", iv) RTEC-producten voor kinderen en v) RTEC-producten voor volwassenen/het gezin;
5. de markt voor kauwgom in het algemeen;
6. de markten voor hete sauzen en koude sauzen;
7. de markten voor kant-en-klare rijstgerechten en droge rijst;
8. de markt voor katten- en hondenvoer, met de subsegmenten droog voer, nat voer en snacks;
9. de markt voor snackrepen met segmenten voor i) graanrepen, ii) fruit- en notenrepen, en iii) proteïne- en energierepen;
10. de markten voor huismerkproducten en merkproducten op het groothandelsniveau voor de relevante producten in deze zaak.

4.2. **De relevante geografische markten**

(12) In het marktonderzoek van de Commissie werd bevestigd dat er geen factoren zijn die ervoor pleiten om af te wijken van de beschikkingspraktijk van de Commissie om de relevante markten als nationaal in omvang af te bakenen. Ten behoeve van de beoordeling uit mededingingsoogpunt heeft de Commissie de relevante productmarkten op nationaal niveau beoordeeld.

4.3. **Beoordeling uit mededingingsoogpunt**

4.3.1. *Inleiding*

(13) De transactie gaf aanleiding tot horizontale overlappingen en conglomeraatsbanden tussen de activiteiten van de partijen. De transactie deed geen verticale relaties ontstaan.

4.3.2. *Horizontale niet-gecoördineerde effecten*

(14) Met de activiteiten van de partijen werden horizontaal markten getroffen voor i) graanrepen met uitsluiting van huismerkproducten in Ierland, en ii) fruit- en notenrepen met uitsluiting van huismerkproducten in Spanje.

(15) In het marktonderzoek van de Commissie werd bevestigd dat de transactie de daadwerkelijke mededinging in de EER, of in een wezenlijk deel daarvan, niet op significante wijze belemmert door horizontale niet-gecoördineerde effecten ten aanzien van de betrokken horizontaal getroffen markten en segmenten. Dit komt vooral doordat de gecombineerde marktaandelen van de partijen betrekkelijk bescheiden zijn (minder dan 30 %), de partijen geen nauwe concurrenten zijn, er na de transactie een voldoende aantal alternatieve leveranciers voor de gefuseerde entiteit overblijft, en klanten of concurrenten geen gefundeerde bezwaren hebben gemaakt, maar de effecten van de transactie als neutraal beschouwden.

4.3.3. *Conglomeraateffecten*

(16) In het marktonderzoek van de Commissie werd vooral gekeken of de transactie de onderhandelingsmacht van de gefuseerde entiteit ten opzichte van retailers zo significant zou kunnen doen toenemen dat dit zou neerkomen op een significante belemmering voor een daadwerkelijke mededinging, gelet op i) de marktmacht van de partijen voor individuele productcategorieën, ii) de mogelijkheden voor de gefuseerde entiteit om onderhandelingen over productcategorieën te koppelen, en iii) de mate waarin de gefuseerde entiteit op basis van gekoppelde onderhandelingen marktmacht in individuele categorieën kan omzetten in onderhandelingsmacht voor haar volledige productportfolio.

(17) In het marktonderzoek van de Commissie werd bevestigd dat de transactie de daadwerkelijke mededinging in de EER, of in een wezenlijk deel daarvan, niet op significante wijze belemmert door conglomeraateffecten.

(18) In de eerste plaats leverde het fase II-onderzoek van de Commissie verdere aanwijzingen op dat zowel Mars als Kellanova markmacht hadden in diverse individuele productcategorieën in tien landen in de EER. In het kader van het besluit hoefde echter geen conclusie te worden bereikt over de kwestie van marktmacht aangezien, ongeacht de vraag of de conclusie was geweest dat de partijen marktmacht hadden in individuele productcategorieën, de Commissie tot de bevinding is gekomen dat de transactie de onderhandelingsmacht van de gefuseerde entiteit na de transactie niet significant zou doen toenemen.

(19) In de tweede plaats bracht het fase II-onderzoek van de Commissie bevestiging dat Mars over de mogelijkheid beschikt (en de gefuseerde entiteit die mogelijkheid zal blijven hebben) om onderhandelingen tussen productcategorieën te koppelen. In het onderzoek kwam aan het licht dat Mars in het verleden zijn portfolio als hefboom heeft gebruikt om betere voorwaarden te bedingen, zelfs wanneer onderhandelingen op individuele productbasis werden aangevat. Dit gezegd zijnde, bleek uit het fase II-onderzoek van de Commissie dat sommige retailers ook de uitkomst van hun onderhandelingen met Mars koppelen tussen productcategorieën en/of soms in staat zijn Mars het hoofd te bieden tijdens onderhandelingen.

(20) In de derde plaats heeft de Commissie, om inzicht te krijgen in de mate waarin de gefuseerde entiteit op basis van gekoppelde onderhandelingen marktmacht in individuele categorieën zou kunnen omzetten in onderhandelingsmacht voor haar volledige productportfolio, diverse parameters onderzocht om een inschatting te maken van de te verwachten impact op retailers mocht het portfolio van de gefuseerde entiteit niet beschikbaar zijn. Meer specifiek is de Commissie nagegaan i) of consumenten "one-stop shop" winkelen, ii) de mate waarin er sprake is van overlapping tussen consumenten van Mars en van Kellanova, iii) de kenmerken van Kellanova-producten die aan het Mars-portfolio worden toegevoegd, iv) de mate van merktrouw die consumenten vertonen tegenover de merken van de partijen, d.w.z. in hoeverre te verwachten valt dat consumenten overstappen naar een andere retailer indien de producten van de partijen niet beschikbaar zijn bij hun primaire supermarkt, en v) de vraag of te verwachten valt dat consumenten, wanneer zij overstappen naar een andere retailer, daar al hun boodschappen (of een significant deel daarvan) zouden doen.

(21) Hoewel door het fase II-onderzoek van de Commissie werd bevestigd dat er sprake is van one-stop shopping (d.w.z. dat consumenten het grootste deel van hun wekelijkse boodschappen bij één supermarkt doen) en het feit dat een significant percentage consumenten regelmatig ten minste één product van zowel Mars als Kellanova koopt, leverden de overige elementen die de Commissie heeft onderzocht, geen duidelijke bevestiging op dat met de transactie de marktmacht van de gefuseerde entiteit ten opzichte van retailers op zodanig significante wijze dreigt toe te nemen dat een daadwerkelijke mededinging daardoor op significante wijze zou worden belemmerd.

(22) In de eerste plaats bleek, in termen van de kenmerken van Kellanova-producten die aan het Mars-portfolio zouden worden toegevoegd, uit het fase II-onderzoek van de Commissie dat Pringles i) doorgaans onregelmatig op impulsbasis worden gekocht, ii) beschikbaar zijn via diverse verkoopkanalen, en iii) te maken hebben met concurrentie van huismerken en van spelers die actief zijn op de ruimere markt voor chips of hartige snacks. Wat Kellogg's (en zijn diverse submerken) betreft, tekent de Commissie aan dat i) de verkopen van ontbijtgranen in het algemeen afnemen, ii) Kellogg's omzet heeft verloren aan huismerk-alternatieven, en iii) consumenten ontbijtgranen slechts op onregelmatige basis kopen. Bovendien hebben zowel Pringles als Kellogg's een lange houdbaarheid, d.w.z. ze hoeven niet iedere week te worden gekocht. Door deze kenmerken valt niet te verwachten dat de gefuseerde entiteit met Kellanova's Pringles en Kellogg's doorslaggevende onderhandelingsmacht krijgt.

(23) In de tweede plaats is het weliswaar zo dat door een deel van het beschikbare bewijsmateriaal wordt bevestigd dat consumenten in die mate trouw zijn aan (sommige) merken van de partijen dat zij naar een andere retailer zouden overstappen indien die merken niet in hun primaire supermarkt beschikbaar zouden zijn (in plaats van over te stappen naar een alternatief product), maar is in het fase II-onderzoek van de Commissie niet komen vast te staan dat een betekenisvol percentage consumenten waarschijnlijk naar een andere retailer zou overstappen indien de producten van de partijen niet in hun primaire supermarkt beschikbaar zouden zijn. Bovendien komt de Commissie tot de bevinding dat er zelfs minder bevestiging is dat een aanzienlijk percentage consumenten pas zou overstappen indien de producten van zowel Mars als Kellanova zouden ontbreken, maar dat zij dat niet zouden doen indien producten van slechts een van beide partijen zouden ontbreken. Ook blijkt uit interne documenten van de partijen dat in gevallen waarbij in het verleden producten van de partijen niet bij een bepaalde retailer beschikbaar waren, zowel de partijen zelf als de retailers omzet verloren zagen gaan.

(24) Ten derde vond de Commissie geen bevestiging voor een zgn. "basket-effect", d.w.z. dat consumenten voor al hun boodschappen (of een significant deel daarvan) naar een andere retailer zouden overstappen, mochten de producten van de gefuseerde entiteit niet in hun primaire supermarkt beschikbaar zijn. Uit het bewijsmateriaal bleek dus niet dat retailers waarschijnlijk significant hogere verliezen zouden lijden dan de partijen, mochten de producten van de partijen niet in hun winkels beschikbaar zijn.

5. **CONCLUSIE**

(25) Om de bovengenoemde redenen is de conclusie in het besluit dat de transactie de daadwerkelijke mededinging op de interne markt of een wezenlijk deel daarvan niet op significante wijze zal belemmeren.

(26) Bijgevolg moet de concentratie overeenkomstig artikel 2, lid 2, en artikel 8, lid 1, van de concentratieverordening en artikel 57 van de EER-overeenkomst verenigbaar worden verklaard met de interne markt en de werking van de EER-overeenkomst.