C/2026/4335

6.8.2026

Rezumatul Deciziei Comisiei

din 8 decembrie 2025

de declarare a compatibilității unei concentrări cu piața internă și cu funcționarea Acordului privind SEE

(Cazul M.11753 – MARS/KELLANOVA)

[notificată cu numărul C(2025) 8385]

(Numai textul în limba engleză este autentic)

(Text cu relevanță pentru SEE)

(C/2026/4335)

La data de 8 decembrie 2025, Comisia a adoptat, în temeiul Regulamentului (CE) nr. 139/2004 al Consiliului din 20 ianuarie 2004 privind controlul concentrărilor economice între întreprinderi [1]*, în special al articolului 8 alineatul (1) din regulament, o decizie într-un caz privind o concentrare economică. O versiune neconfidențială a textului integral al deciziei este disponibilă în limba engleză pe site-ul Direcției Generale Concurență, la următoarea adresă: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.*

1. **PĂRȚILE**

(1) Mars, Incorporated (denumită în continuare „Mars”), cu sediul la McLean, Statele Unite, este un furnizor familial de produse de cofetărie, de produse alimentare, de hrană pentru animale de companie și de servicii de îngrijiri pentru animale. Activitățile desfășurate de Mars sunt structurate în trei segmente principale: (i) gustările; (ii) alimentația și nutriția; și (iii) serviciile de îngrijiri pentru animale de companie.

(2) Kellanova (fosta Kellogg Company), cu sediul în Chicago, Statele Unite, produce și comercializează în principal gustări și produse alimentare gata pentru consum. Kellanova își desfășoară activitatea în patru divizii: (i) gustări; (ii) cereale gata pentru consum (*Ready-to-eat cereal* - „RTEC”); (iii) alimente congelate; și (iv) tăieței și alte tipuri de paste. În Spațiul Economic European (denumit în continuare „SEE”), Kellanova realizează vânzări numai prin intermediul diviziilor sale Snack (gustări) și RTEC (cereale gata pentru consum).

2. **OPERAȚIUNEA**

(3) La data de 16 mai 2025, Comisia a primit, în temeiul articolului 4 din Regulamentul privind concentrările economice, o notificare formală a unei tranzacții prin care Mars intenționează să dobândească, în sensul articolului 3 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind concentrările economice, controlul unic asupra Kellanova prin achiziționare de acțiuni („tranzacția”). Mars și Kellanova sunt denumite în continuare „părțile”. Entitatea rezultată în urma tranzacției este denumită în continuare „entitatea rezultată în urma concentrării”.

(4) Tranzacția are o dimensiune UE, deoarece se ating pragurile cifrei de afaceri prevăzute la articolul 1 alineatul (2) din Regulamentul privind concentrările economice.

(5) Prin decizia din 25 iunie 2025, Comisia a constatat că tranzacția ridica îndoieli grave cu privire la compatibilitatea sa cu piața internă și a inițiat procedurile aferente celei de a doua etape în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul privind concentrările economice.

(6) La 18 noiembrie 2025, proiectul de decizie finală a fost analizat împreună cu statele membre în cadrul Comitetului consultativ în materie de concentrări economice, care a emis un aviz favorabil. Consilierul-auditor și-a dat avizul favorabil cu privire la procedură în raportul său care a fost prezentat la data de 27 noiembrie 2025.

[1] JO L 24, 29.1.2004, p. 1.

3. **REZUMAT**

(7) Investigația de piață desfășurată în cadrul celei de a doua etape a evidențiat că tranzacția nu va denatura semnificativ concurența efectivă de pe piața internă sau din cadrul unei părți semnificative a acesteia.

(8) Prin urmare, tranzacția este declarată compatibilă cu piața internă și cu Acordul privind SEE și, în consecință, la 8 decembrie 2025 a fost adoptată o decizie de autorizare în temeiul articolului 8 alineatul (1) din Regulamentul privind concentrările economice și al articolului 57 din Acordul privind SEE.

4. **EXPUNERE DE MOTIVE**

4.1. **Piețele relevante ale produselor**

(9) Activitățile părților cuprind o gamă largă de categorii de produse, cu mai multe mărci și produse repartizate în segmente diferite evaluate anterior de Comisie, cum ar fi produsele de cofetărie din ciocolată, guma de mestecat și hrana pentru animale de companie în ceea ce privește Mars, precum și cerealele și gustările sărate în ceea ce privește Kellanova.

(10) În ceea ce privește piețele și segmentele produselor relevante, oferta părților poate fi segmentată (i) în funcție de canalul de vânzare, (ii) în funcție de tipul de produse și (iii) între produsele mărcilor proprii ale retailerilor și produsele de marcă.

(11) În urma investigației sale, Comisia a concluzionat că nu este necesar să se stabilească o definiție exactă a pieței produselor, deoarece tranzacția nu ar denatura în mod semnificativ concurența efectivă, indiferent de definiția plauzibilă a pieței. În scopul analizei din punctul de vedere al concurenței, Comisia a evaluat următoarele piețe relevante ale produselor:

1. piața canalului modern de vânzare cu amănuntul pentru fiecare dintre produsele menționate ulterior;
2. piața producției și distribuției de produse de cofetărie din ciocolată cu segmente pentru (i) bomboane de ciocolată, (ii) tablete de ciocolată, (iii) praline de ciocolată, (iv) minigustări (bucățele) de ciocolată (denumite și punguțe și pachețele cu gustări de ciocolată), (v) specialități de ciocolată și (vi) articole sezoniere de ciocolată;
3. piața gustărilor sărate în general și, în special, a chipsurilor în tub;
4. piața de cereale gata pentru consum (RTEC) cu segmente pentru (i) produse RTEC, cu excepția preparatelor de tip müsli, (ii) preparate de tip müsli, (iii) produse RTEC din categoria „produse sănătoase”, (iv) produse RTEC pentru copii și (v) produse RTEC pentru adulți/întreaga familie;
5. piața gumei de mestecat în general;
6. piețele pentru sosuri fierbinți și sosuri reci;
7. piața orezului care trebuie doar încălzit și cea a orezului uscat;
8. piața alimentelor pentru pisici și câini, cu subsegmentele hranei uscate, hranei umede și gustărilor (snackurilor);
9. piața batoanelor, cu segmente pentru (i) batoanele de cereale, (ii) batoanele cu fructe și nuci și (iii) batoanele proteice și energizante;
10. piața produselor mărcilor proprii ale retailerilor și cea a produselor de marcă la nivel angro pentru produsele relevante în speță.

4.2. **Piețele geografice relevante**

(12) Investigația de piață a Comisiei a confirmat că nu există factori care să împiedice abaterea de la practica decizională a Comisiei care definește piețele relevante ca fiind de dimensiune națională. În scopul analizei din punctul de vedere al concurenței, Comisia a evaluat piețele relevante ale produselor la nivel național.

4.3. **Evaluarea din punctul de vedere al concurenței**

4.3.1. *Introducere*

(13) Tranzacția a generat suprapuneri orizontale și relații de conglomerat între activitățile părților. Tranzacția nu a dat naștere unor relații verticale.

4.3.2. *Efecte orizontale necoordonate*

(14) Activitățile părților au avut ca rezultat crearea unor piețe afectate orizontal în ceea ce privește (i) batoanele de cereale, cu excepția produselor mărcilor proprii ale retailerilor din Irlanda și (ii) barele cu fructe și nuci, cu excepția produselor mărcilor proprii ale retailerilor din Spania.

(15) Investigația de piață a Comisiei a confirmat că tranzacția nu denaturează semnificativ concurența efectivă în SEE sau în cadrul unei părți semnificative a acestuia ca urmare a efectelor orizontale necoordonate în ceea ce privește piețele și segmentele afectate orizontal în cauză. Motivul principal este că, luate împreună, cotele de piață ale părților sunt relativ modeste (sub 30 %), părțile nu se află în concurență strânsă, după tranzacție va exista un număr suficient de furnizori care oferă alternative la entitatea rezultată în urma concentrării și niciun client sau concurent nu a exprimat preocupări fundamentate, considerând, mai degrabă, că efectele tranzacției sunt neutre.

4.3.3. *Efecte de conglomerat*

(16) În centrul investigații de piață a Comisiei s-a aflat întrebarea tranzacția ar putea spori în mod semnificativ puterea de negociere a entității rezultate în urma concentrării față de comercianții cu amănuntul, într-un mod care ar constitui un obstacol semnificativ în calea concurenței efective, având în vedere (i) puterea de piață de care dispun părțile în fiecare categorie de produse, (ii) capacitatea entității rezultate în urma concentrării de a condiționa negocierile unele de altele între categoriile de produse și (iii) măsura în care entitatea rezultată în urma concentrării poate transforma puterea de piață din fiecare categorie în putere de negociere în întregul său portofoliu de produse, pe baza negocierilor condiționate unele de altele.

(17) Investigația de piață a Comisiei a confirmat că tranzacția nu denaturează semnificativ concurența efectivă în SEE sau în cadrul unei părți semnificative a acestuia ca urmare a efectelor de conglomerat.

(18) În primul rând, etapa a II-a a investigației Comisiei a furnizat indicii suplimentare că Mars și Kellanova dețin, fiecare, putere de piață în diferite categorii individuale de produse în 10 de țări din SEE. Cu toate acestea, în sensul deciziei, nu a fost necesar să se formuleze concluzii cu privire la chestiunea puterii de piață, deoarece, chiar dacă s-a constatat că părțile au putere de piață în categoriile de produse luate individual, Comisia a constatat că tranzacția nu ar crește în mod semnificativ puterea de negociere a entității rezultate în urma concentrării după tranzacție.

(19) În al doilea rând, etapa a II-a a investigației Comisiei a confirmat că Mars are capacitatea de a condiționa negocierile între categoriile de produse (iar entitatea rezultată în urma concentrării va avea în continuare această capacitate). Ancheta a evidențiat că, în trecut, Mars și-a mobilizat efectiv portofoliul pentru a obține termeni și condiții mai avantajoase, chiar și atunci când negocierile au fost deschise pentru fiecare produs în parte. Odată făcute aceste remarci, etapa a II-a a anchetei Comisiei a arătat că unii comercianți cu amănuntul condiționează, la rândul lor, rezultatul negocierilor purtate cu Mars de diferite categorii de produse și/sau sunt uneori în măsură să opună rezistență față de Mars în cursul negocierilor.

(20) În al treilea rând, pentru a înțelege măsura în care entitatea rezultată în urma concentrării ar putea transforma puterea de piață din categorii luate individual în putere de negociere pentru întregul său portofoliu de produse pe baza negocierilor condiționate unele de altele, Comisia a examinat mai mulți parametri pentru a evalua impactul probabil asupra comercianților cu amănuntul în cazul în care portofoliul entității rezultate în urma concentrării nu ar fi disponibil. Mai precis, Comisia a analizat (i) dacă consumatorii își fac toate cumpărăturile într-un singur loc, (ii) măsura în care consumatorii Mars și Kellanova se suprapun, (iii) caracteristicile produselor Kellanova care urmează să fie adăugate la portofoliul Mars, (iv) nivelul de fidelitate de care consumatorii fac dovadă față de mărcile părților, și anume probabilitatea ca aceștia să treacă la un alt comerciant cu amănuntul în cazul în care produsele părților nu sunt disponibile la supermarketul lor principal și (v) dacă, în cazul în care consumatorii trec la un alt comerciant cu amănuntul, este probabil ca aceștia să transfere întregul lor coș de cumpărături (sau o parte importantă).

(21) În timp ce etapa a II-a a investigației Comisiei a confirmat existența practicii cumpărăturilor într-un singur loc (consumatorii își concentrează majoritatea cumpărăturilor săptămânale într-un singur supermarket), precum și existența unui procent important de consumatori care cumpără cu regularitate cel puțin un produs de la Mars și de la Kellanova, celelalte elemente care au făcut obiectul investigației Comisiei nu au oferit o demonstrație solidă a faptului că tranzacția ar putea să sporească în mod semnificativ puterea de negociere a entității rezultate în urma concentrării față de comercianții cu amănuntul într-un mod care să conducă la un obstacol semnificativ în calea concurenței efective.

(22) În primul rând, în ceea ce privește caracteristicile produselor Kellanova care urmează să fie adăugate la portofoliul Mars, ancheta Comisiei din etapa a II-a a arătat că Pringles sunt (i) achiziționate de obicei în mod sporadic și impulsiv, (ii) disponibile prin diferite canale de vânzare și (iii) se confruntă cu concurența mărcilor proprii ale retailerilor, precum și a actorilor activi pe piața mai largă a chipsurilor/gustărilor sărate. În ceea ce privește Kellogg (și diferitele sale submărci), Comisia observă că (i) vânzările de cereale, în general, sunt în scădere, (ii) Kellogg a pierdut din volumul vânzărilor în favoarea mărcilor proprii alternative ale retailerilor și (iii) consumatorii achiziționează cereale doar în rare ocazii. În plus, atât Pringles, cât și Kellogg au termene de valabilitate lungi, adică nu trebuie să fie achiziționate săptămânal. Având în vedere aceste caracteristici, este puțin probabil ca produsele Pringles ale Kellanova și produsele Kellogg să acorde entității rezultate în urma concentrării o putere de negociere mai mare.

(23) În al doilea rând, deși unele dintre elementele de probă disponibile indică loialitatea consumatorilor față de (unele dintre) mărcile părților în măsura în care aceștia ar merge la un alt comerciant cu amănuntul dacă aceste mărci nu ar fi disponibile la supermarketul lor principal (în loc să cumpere un produs alternativ), etapa a II-a a investigației Comisiei a stabilit că, în ansamblu, elementele de probă disponibile nu demonstrează că este probabil ca o proporție importantă a consumatorilor să treacă la un alt comerciant cu amănuntul dacă produsele părților nu ar fi disponibile la supermarketul lor principal. Mai mult, Comisia consideră că există încă și mai puține argumente care să demonstreze că o parte importantă a consumatorilor și-ar schimba comerciantul cu amănuntul doar dacă ar lipsi atât produsele Mars, cât și cele ale Kellanova, dar nu ar lua această decizie dacă ar lipsi numai produsele uneia dintre părți sau ale celeilalte. De asemenea, documentele interne ale părților arată că, în situații anterioare în care produsele părților nu au fost disponibile la un anumit comerciant cu amănuntul, atât părțile, cât și comercianții cu amănuntul au avut de suferit de pe urma vânzărilor pierdute.

(24) În al treilea rând, Comisia nu a găsit niciun argument care să demonstreze existența unui „efect de coș de cumpărături”, și anume trecerea consumatorilor la un alt comerciant cu amănuntul în ceea ce privește întregul coș de cumpărături (sau o mare parte a acestuia) în cazul în care produsele entității rezultate în urma concentrării nu ar fi disponibile la supermarketul lor principal. Prin urmare, elementele de probă nu au evidențiat probabilitatea ca pierderile suferite de comercianții cu amănuntul în cazul în care produsele părților nu sunt disponibile în magazinele lor să fie mult mai mari decât pierderile suferite de părți.

5. **CONCLUZIE**

(25) Din motivele menționate anterior, decizia concluzionează că tranzacția nu va denatura semnificativ concurența efectivă de pe piața internă sau din cadrul unei părți semnificative a acesteia.

(26) Prin urmare, concentrarea ar trebui declarată ca fiind compatibilă cu piața internă și cu funcționarea Acordului privind SEE, în conformitate cu articolul 2 alineatul (2) și cu articolul 8 alineatul (1) din Regulamentul privind concentrările economice, precum și cu articolul 57 din Acordul privind SEE.