C/2026/4335

6.8.2026

Sammanfattning av kommissionens beslut

av den 8 december 2025

om att förklara en koncentration förenlig med den inre marknaden och EES-avtalets funktion

(Ärende M.11753 – MARS / KELLANOVA)

(delgivet med dokumentnummer C(2025)8385)

(endast den engelska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(C/2026/4335)

Den 8 december 2025 *antog kommissionen ett beslut i ett koncentrationsärende enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 av den 20 januari 2004 om kontroll av företagskoncentrationer* ([1]), *särskilt artikel 8.1. En icke-konfidentiell version av det fullständiga beslutet på engelska finns tillgänglig på webbplatsen för generaldirektoratet för konkurrens, på följande adress: https://competition-cases.ec.europa.eu/search.*

1. **PARTERNA**

(1) Mars, Incorporated (*Mars*) med huvudkontor i McLean, Förenta staterna, är en familjeägd leverantör av konfektyr, livsmedel, foder för sällskapsdjur och djurvårdstjänster. Mars driver verksamhet inom tre huvudsegment: i) snacks, ii) livsmedel och näring, och iii) skötsel och vård av sällskapsdjur.

(2) Kellanova (tidigare Kellogg Company) har sitt huvudkontor i Chicago, Förenta staterna och tillverkar och marknadsför främst snacks och färdigmat. Kellanova bedriver sin verksamhet inom fyra segment: i) snacks, ii) konsumtionsfärdiga cerealier, iii) frysmat, och iv) nudlar och annat. I Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES) genererar Kellanova endast försäljning genom segmenten med snacks och konsumtionsfärdiga cerealier.

2. **TRANSAKTIONEN**

(3) Den 16 maj 2025 mottog kommissionen en formell anmälan i enlighet med artikel 4 i koncentrationsförordningen, om en transaktion genom vilken Mars på det sätt som avses i artikel 3.1 b i koncentrationsförordningen avsåg att förvärva ensam kontroll över hela Kellanova genom förvärv av aktier (*transaktionen*). Mars och Kellanova kallas nedan *parterna*. Den genom transaktionen bildade enheten kallas nedan den *sammanslagna enheten*.

(4) Transaktionen har en unionsdimension eftersom de tröskelvärden för omsättning som anges i artikel 1.2 i koncentrationsförordningen uppnås.

(5) Enligt ett beslut av den 25 juni 2025 fann kommissionen att transaktionen föranledde allvarliga tvivel beträffande förenligheten med den inre marknaden och inledde fas II-förfarandet i enlighet med artikel 6.1 c i koncentrationsförordningen.

(6) Samråd hölls med medlemsstaterna om utkastet till beslut den 18 november 2025 i rådgivande kommittén för koncentrationer, som avgav ett positivt yttrande. Förhörsombudet avgav ett positivt yttrande om förfarandet i sin rapport av den 27 november 2025.

([1]) EUT L 24, 29.1.2004, s. 1.

3. **SAMMANFATTNING**

(7) Marknadsundersökningen i fas II visade att transaktionen inte påtagligt kommer att hämma en effektiv konkurrens på den inre marknaden eller inom en väsentlig del av denna.

(8) Transaktionen bedöms därför vara förenlig med den inre marknaden och med EES-avtalet, och därför antogs ett beslut om godkännande i enlighet med artikel 8.1 i koncentrationsförordningen och artikel 57 i EES-avtalet den 8 december 2025.

4. **MOTIVERING**

4.1 **De relevanta produktmarknaderna**

(9) Parternas verksamhet omfattar ett brett spektrum av produktkategorier, med flera varumärken och produkter inom olika segment som tidigare bedömts av kommissionen, såsom chokladkonfektyr, tuggummi och foder för sällskapsdjur för Mars samt frukostflingor och salta snacks för Kellanova.

(10) När det gäller relevanta produktmarknader och produktsegment kan parternas utbud segmenteras i) baserat på försäljningskanal, ii) per produkttyp och iii) mellan butikers egna varumärken och märkesprodukter.

(11) Efter undersökningen drog kommissionen slutsatsen att den exakta definition av den relevanta produktmarknaden kan lämnas öppen eftersom transaktionen inte påtagligt hämmar en effektiv konkurrens, oavsett vilken rimlig marknadsdefinition som används. Vid konkurrensanalysen bedömde kommissionen följande relevanta produktmarknader:

1. Marknaden för de moderna detaljhandelskanalerna för var och en av de produkter som nämns nedan.
2. Marknaden för tillverkning och leverans av chokladkonfektyrer med segment för i) chokladstycksaker, ii) chokladkakor, iii) chokladpraliner, iv) chokladbitar (i påsar), v) chokladspecialiteter och vi) säsongsbetonade chokladvaror.
3. Marknaden för salta snacks i allmänhet och särskilt för chips som säljs i rör.
4. Marknaden för konsumtionsfärdiga cerealier med segment för i) konsumtionsfärdiga cerealier exklusive müsli, ii) müsli, iii) konsumtionsfärdiga cerealier som kategoriseras som ”hälsosamma”, iv) konsumtionsfärdiga cerealier för barn och v) konsumtionsfärdiga cerealier för vuxna/familjer.
5. Marknaden för tuggummi i allmänhet.
6. Marknaderna för chilisåser och kalla såser.
7. Marknaderna för snabbris och torrt ris.
8. Marknaden för foder för katter och hundar med undersegment för torrfoder, våtfoder och snacks.
9. Marknaden för snacks med segment för i) müslistänger, ii) frukt- och nötstänger och iii) protein- och energibarer.
10. Marknader för butikers egna varumärken och märkesprodukter på grossistnivå för de relevanta produkterna i detta ärende.

4.2 **De relevanta geografiska marknaderna**

(12) Kommissionens marknadsundersökning bekräftade att det inte finns några faktorer som talar emot att man avviker från kommissionens beslutspraxis som definierar de relevanta marknaderna som nationella. Vid konkurrensanalysen bedömde kommissionen de relevanta produktmarknaderna på nationell nivå.

4.3 **Konkurrensbedömning**

4.3.1 *Inledning*

(13) Transaktionen gav upphov till horisontella överlappningar och konglomeratförbindelser mellan parternas verksamheter. Transaktionen gav inte upphov till vertikala förhållanden.

4.3.2 *Horisontella icke samordnade effekter*

(14) Parternas verksamhet ledde till att marknaderna påverkades horisontellt när det gäller i) müslistänger med undantag för butikers egna varumärken i Irland, och ii) frukt- och nötstänger med undantag för butikers egna varumärken i Spanien.

(15) Kommissionens marknadsundersökning bekräftade att transaktionen inte påtagligt hämmar en effektiv konkurrens inom EES eller en väsentlig del av EES till följd av horisontella icke-samordnade effekter som berör de aktuella horisontellt påverkade marknaderna och segmenten. Detta beror främst på att parternas sammanlagda marknadsandelar är relativt måttliga (under 30 %), att parterna inte konkurrerar direkt med varandra, att ett tillräckligt antal leverantörer som utgör alternativ till den sammanslagna enheten finns kvar på marknaden efter transaktionen och att inga kunder eller konkurrenter uttryckt några väl underbyggda farhågor, utan snarare ansåg att transaktionens effekter skulle var neutrala.

4.3.3 *Konglomerateffekter*

(16) Kommissionens marknadsundersökning koncentrerades på huruvida transaktionen avsevärt skulle kunna öka den sammanslagna enhetens förhandlingsstyrka gentemot återförsäljarna på ett sätt som skulle innebära ett påtagligt hinder för effektiv konkurrens, med tanke på i) parternas marknadsinflytande i enskilda produktkategorier, ii) den sammanslagna enhetens förmåga att koppla samman förhandlingar mellan olika produktkategorier och iii) i vilken utsträckning den sammanslagna enheten kan omvandla marknadsinflytande i enskilda kategorier till förhandlingsstyrka i enhetens hela produktsortiment baserat på sammankopplade förhandlingar.

(17) Kommissionens marknadsundersökning bekräftade att transaktionen inte påtagligt hämmar en effektiv konkurrens inom EES eller en väsentlig del av EES till följd av konglomerateffekter.

(18) För det första gav kommissionens fas II-undersökning ytterligare indikationer på att Mars och Kellanova har marknadsinflytande i olika enskilda produktkategorier i tio länder i EES. När beslutet fattades var det emellertid inte nödvändigt att dra någon slutsats i frågan om marknadsinflytande eftersom kommissionen, oavsett om parterna befanns ha marknadsinflytande i enskilda produktkategorier eller ej, fann att transaktionen inte avsevärt skulle öka den sammanslagna enhetens förhandlingsstyrka.

(19) För det andra bekräftade kommissionens fas II-undersökning att Mars har förmågan (och att den sammanslagna enheten kommer att fortsätta att ha förmågan) att koppla samman förhandlingar mellan olika produktkategorier. Undersökningen visade att Mars tidigare effektivt utnyttjat sin portfölj för att uppnå bättre villkor, även när förhandlingar genomförts per produkt. Med detta sagt visade kommissionens fas II-undersökning att vissa återförsäljare också sammankopplar resultaten av sina förhandlingar med Mars mellan olika produktkategorier och/eller att de ibland kan stå emot Mars under förhandlingarna.

(20) För det tredje undersökte kommissionen flera parametrar för att bedöma den sannolika påverkan på återförsäljarna om den sammanslagna enhetens portfölj inte skulle vara tillgänglig, för att förstå i vilken utsträckning den sammanslagna enheten skulle kunna omvandla marknadsinflytande i enskilda kategorier till förhandlingsstyrka i hela sin produktportfölj genom sammankopplade förhandlingar. Kommissionen övervägde närmare bestämt i) huruvida konsumenter gör sina inköp på ett ställe, ii) i vilken utsträckning konsumenter som köper Mars och Kellanovas produkter överlappar varandra, iii) egenskaperna hos de av Kellanovas produkter som kommer att läggas till i Mars sortiment, iv) hur lojala konsumenter är gentemot parternas varumärken, dvs. huruvida det är sannolikt att konsumenterna kommer att byta till en annan återförsäljare om parternas produkter inte finns tillgängliga i den butik där de vanligen handlar, och v) huruvida det är sannolikt att konsumenterna, om de byter till en annan återförsäljare, även börjar göra sina andra inköp (eller en betydande del därav) där.

(21) Kommissionens fas II-undersökning stödde visserligen antagandet att inköp görs på ett ställe (dvs. att konsumenterna koncentrerar det mesta av sin veckohandel till en enda butik) och att en betydande del av konsumenterna regelbundet köper minst en produkt från var och en av Mars och Kellanova, men de andra faktorer som undersöktes av kommissionen gav inte något starkt stöd för att transaktionen sannolikt kommer att öka den sammanslagna enhetens förhandlingsstyrka gentemot återförsäljarna avsevärt, på ett sätt som skulle leda till ett påtagligt hinder för effektiv konkurrens.

(22) För det första visade kommissionens fas II-undersökning när det gäller egenskaperna hos Kellanovas produkter som ska läggas till i Mars portfölj att Pringles i) oftast köps impulsivt, ii) är tillgängliga via många olika försäljningskanaler och iii) konkurrerar med butikers egna varumärken och aktörer som är verksamma på marknaden för andra typer av chips/salta snacks. När det gäller Kelloggs (och dess olika undervarumärken) konstaterar kommissionen att i) försäljningen av frukostflingor totalt sett minskar, ii) Kelloggs har tappat försäljning till butikernas egna varumärken och iii) konsumenterna inte köper frukostflingor ofta. Dessutom har både Pringles och Kelloggs långa hållbarhetstider, vilket innebär att de inte behöver köpas varje vecka. På grund av dessa egenskaper är det osannolikt att Kellanovas Pringles och Kelloggs skulle ge den sammanslagna enheten en dominerande förhandlingsstyrka.

(23) För det andra, även om en del av den tillgängliga bevisningen stöder antagandet att konsumenterna är så lojala med (vissa av) parternas varumärken att de skulle byta till en annan återförsäljare om dessa inte fanns tillgängliga i den butik där de vanligen handlar (i stället för att byta till en alternativ produkt), fastställde kommissionen i fas II-undersökningen att den tillgängliga bevisningen inte indikerar att en betydande andel av konsumenterna sannolikt skulle byta till en annan återförsäljare om parternas produkter inte fanns tillgängliga i den butik där de vanligen handlar. Dessutom anser kommissionen att det finns ännu mindre stöd för att en betydande andel av konsumenterna skulle byta till en annan återförsäljare endast om både Mars och Kellanovas produkter saknades, men inte om produkter från bara en av parterna saknades. Parternas interna handlingar visar också att både parterna själva och återförsäljarna tappat försäljning vid tidigare tillfällen då parternas produkter inte funnits tillgängliga hos en viss återförsäljare.

(24) För det tredje fann kommissionen inte något stöd för en ”varukorgseffekt”, dvs. att konsumenterna skulle börja göra alla (eller en betydande del av) sina inköp hos en annan återförsäljare om den sammanslagna enhetens produkter inte fanns tillgängliga i den butik där de vanligen handlar. Bevisningen visade därför inte att återförsäljarna sannolikt kommer att drabbas av betydligt större förluster jämfört med parterna om parternas produkter inte längre skulle finnas tillgängliga i återförsäljarnas butiker.

5. **SLUTSATS**

(25) Av de skäl som anges ovan dras i beslutet slutsatsen att transaktionen inte påtagligt skulle hämma den effektiva konkurrensen inom den inre marknaden eller en väsentlig del av den.

(26) Koncentrationen bör följaktligen förklaras vara förenlig med den inre marknaden och EES-avtalets funktion i enlighet med artiklarna 2.2 och 8.1 i koncentrationsförordningen, samt artikel 57 i EES-avtalet.