

A BIZOTTSÁG HATÁROZATÁNAK ÖSSZEFOGLALÓJA**(2008. december 17.)****egy vállalati összefonódásnak a közös piaccal és az EGT-megállapodás működésével összeegyeztethetőségének nyilvánításáról****(Ügyszám COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina)**

(az értesítés a C(2008) 8459. számú dokumentummal történt)

(Csak az angol nyelvű szöveg hiteles)**(EGT-vonatkozású szöveg)**

(2009/C 75/06)

2008. december 17-én a Bizottság határozatot fogadott el egy összefonódási ügyben a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló, 2004. január 20-i 139/2004/EK tanácsi rendelet, és különösen annak 8. cikke (2) bekezdése alapján. A határozat teljes szövegének bizalmas adatokat nem tartalmazó változata az ügy hiteles nyelvén és a Bizottság munkanyelvein megtalálható a Versenypolitikai Főigazgatóság honlapján, az alábbi címen:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. A FELEK

- (1) A Friesland Foods 9 417 tagból (2007) áll, tejtermékeket értékesít európai, közel-keleti, ázsiai és afrikai fogyasztóknak, valamint összetevőket professzionális és ipari ügyfeleknek világszerte.
- (2) A Campina (2007-ben) 6 885 tejtermelőből álló tejszövetkezet, melynek termékskalája friss tejtermékekre, sajtra, vajra, friss és tartós ízesített italokra és emulziókra terjed ki, a szövetkezet különböző országokban aktív Európában, Észak- és Dél-Amerikában és Ázsiában.
- (5) 2008. október 3-án kifogásközlést küldtek a bejelentő feleknek az EK összefonódás-ellenőrzési rendelet 18. cikke szerint. A Friesland Foods és a Campina a kifogásközlésre 2008. október 17-én válaszolt. 2008. október 21-én a bejelentő felek kérésére szóbeli meghallgatásra került sor.
- (6) 2008. október 28-án a bejelentő felek vállalásokat ajánlottak fel abból a célból, hogy a tervezett összefonódást összeegyeztethetővé tegyék a közös piaccal. Ezeket a vállalásokat módosították és a végleges változatot 2008. november 27-én megküldték a Bizottságnak.

II. A TERVEZETT ÖSSZEFONÓDÁS

- (3) 2008. június 12-én a Bizottság az összefonódás-ellenőrzési rendelet 4. cikke szerint bejelentést kapott a Zuivelcoöperatie Campina U.A. (a továbbiakban: Campina) és a Zuivelcoöperatie Friesland Foods U.A. (a továbbiakban: Friesland Foods) tervezett összefonódásáról, amely szerint e vállalkozások jogi értelemben egyesülnek. A Campina és a Friesland Foods a továbbiakban együttesen „bejelentő felek”-ként szerepelnek.

III. ÖSSZEFOGLALÁS

- (4) A bejelentés megvizsgálását követően a Bizottság 2008. július 17-én határozatot fogadott el, melyben megállapította, hogy a művelet az EK összefonódás-ellenőrzési rendelet hatálya alá esik és komoly kétségeket vet fel a közös piaccal és az EGT-megállapodás működésével való összeegyeztethetősége tekintetében, és megindította az EK összefonódás-ellenőrzési rendelet 6. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerinti eljárásokat.

IV. INDOKOLÁS

- (7) A tejágazat számos egymáshoz kapcsolódó termékpiacból tevődik össze, ami tükrözi a tejalapú végtermékek széles skáláját. A tejavállalatok tipikus gazdasági társasági modellje, nevezetesen a tejszövetkezet, a tejtermelőktől összegyűjtött nyerstejből a tejtermékek széles skáláját állítja elő. A közös nyersanyag, a nyerstej miatt a tejtermékek ára egymáshoz hasonlóan alakul.
- (8) A nyerstej különböző tápanyag-összetevőkből áll: zsír, protein, laktóz (= tejcukor) és ásványi anyagok. Néhány tejtermék esetében csak a zsírt nem tartalmazó összetevőket (nevezetesen a proteinek és a laktózt) használják. Más termékek, nevezetesen a vaj és a tejszín a tejben található zsírra épülnek. Számos olyan kulcsfontosságú termék, mint a sajt és a tej zsírt tartalmazó és zsírt nem tartalmazó összetevők keverékéből áll. Néhány termék – különösen a tejszín, író és tejsavó – lényegét tekintve az olyan elsődleges tejtermékek gyártása során keletkező melléktermék, mint az ivótej és a sajt.

A. AZ ÉRINTETT PIACOK

1. Nyerstej beszerzése

- (9) Az érintett *termékpiac* tekintetében a piaci vizsgálat megerősítette, hogy a keresleti oldalon a tejfeldolgozók számára nem helyettesíthető egymással a bionyerstej és a hagyományos nyerstej. A kínálati oldalt tekintve a biotej-termelők nem ösztönzi semmi arra, hogy hagyományos nyerstejet termeljenek, tekintve a bionyerstejért kapott árprémiumot és a bionyerstej-termelésbe eszközölt beruházásait. A hagyományos tejtermelők számára lehetséges a bionyerstej-termelésre történő átállás, ez azonban legelőkebe történő jelentős beruházásokkal (extenzívebb használat) és átlagosan 2 éves átmeneti időszakokkal jár. Emiatt megállapították, hogy a hagyományos nyerstej beszerzése és a bionyerstej beszerzése külön termékpiacokat képez.
- (10) Az érintett *földrajzi piachoz* kapcsolódóan (a hagyományos és a biotejre vonatkozóan egyaránt) megállapították, hogy a felek tevékenységei csak Hollandiában fedik át egymást. A Campina által évente Németországból és Belgiumból Hollandiába szállított tejmenyiség elhanyagolható a bejelentő felek által Hollandiában összesen beszerzett nyerstej mennyiségéhez képest (évente több mint 8 000 millió kg). Emiatt úgy vélték, hogy az összefonódás nem gyakorol jelentős hatást a Hollandia területén kívüli beszerzési piacra, az értékelés Hollandiára összpontosított.

2. Alap-tejtermékek

- (11) Az érintett *termékpiachoz* kapcsolódóan megállapították, hogy szükséges különbséget tenni a friss és a tartós alap-tejtermékek között. Minden egyes kategórián belül további megkülönböztetés tehető a bio- és a nem biotermékek szerint.
- (12) A friss nem bio- és biotejtermékeken belül – mivel a fogyasztók nem helyettesítik a termékeket, valamint az elégtelen kínálati oldali helyettesíthetőség miatt – a friss tej, a friss író, a natúrjoghurt és a puding különálló érintett termékpiacokat képeznek. A pudingot a friss tejdesszertek részben ismertetjük. A friss tej, a friss író és a natúrjoghurt esetében a saját márkanévvel ellátott és a márkás termékek ugyanahhoz az upstream termékpiachoz tartoznak. A forgalmazási csatornát tekintve a kiskereskedelmi/OOH (házon kívüli) szerinti lehetséges megkülönböztetés kérdése a nem bio friss alap-tejtermékek esetében nyitva hagyható, míg a bio friss alap-tejtermékek esetében az OOH és a kiskereskedelem ugyanahhoz a piachoz tartozik.
- (13) Az érintett *földrajzi piachoz* kapcsolódóan megállapították, hogy az ilyen piac a (bio és nem bio) friss tej, friss író és natúrjoghurt upstream piaca tekintetében nemzeti piac.
- (14) Mivel a tartós alap-tejtermékek körében az egyetlen átfedés a tartós tejnél jelentkezik és nem dominál sem a keresleti,

sem pedig a kínálati oldali helyettesíthetőség, az érintett termékpiac a tartós tej, melyet nem osztanak tovább saját márkák és márkás termékek szerint. A forgalmazási csatorna tekintetében a kiskereskedelem/OOH szerinti lehetséges megkülönböztetés kérdése nyitva marad. Az érintett földrajzi piac tágabb a nemzeti piacnál és magába foglalja Belgiumot, Németországot és Hollandiát.

3. Holland típusú sajtok

- (15) Az érintett *termékpiachoz* kapcsolódóan meg kell különböztetni a holland típusú sajtok specializált sajtnagykereskedőknek történő értékesítés és modern kiskereskedelmi típusoknak (szupermarketek, hipermarketek, diszkontok) történő értékesítés termékpiacát. A holland típusú sajtok specializált sajtnagykereskedőknek történő értékesítés (Gouda/Maasdam/Edam, natúr/kéreg nélkül, 15 napnál öregebb natúr/sajt/más natúr/sajt) és modern kiskereskedelmi típusoknak (szupermarketek, hipermarketek, diszkontok) történő értékesítés (Gouda/Maasdam/Edam, natúr/kéreg nélkül) piacának további felosztásának kérdése nyitva hagyható, mivel nem gyakorolna jelentős hatást a versenyjogi értékelésre.
- (16) Az érintett *földrajzi piaca* vonatkozóan a holland típusú sajtok specializált sajtnagykereskedőknek történő értékesítése és modern kiskereskedelmi típusoknak történő értékesítése (ideértve az összes szűkebb szegmentálást a kéreg nélküli sajtok kivételével) piaci kiterjedésüket tekintve nemzeti piacok, miközben a kéreg nélküli holland típusú sajtok specializált sajtnagykereskedőknek történő értékesítése és modern kiskereskedelmi típusoknak történő értékesítése (ideértve az összes szűkebb szegmentálást) piaci a nemzeti piacnál tágabbak és legalább Hollandiát és Németországot magukban foglalják.

4. Vaj

- (17) Megállapították, hogy a vaj esetében az érintett *termékpiacot* először is tovább kell osztani az ömlesztett vaj és a csomagolt vaj külön piacaira. A tejből készült ömlesztett vaj az ömlesztett növényi zsiradékoktól különálló piacot alkot. Emellett a piac tovább osztható vajra (82 %-os zsirtartalom), nem frakcionált vajzsírra (vagy egyszerűen 99,8 %-os zsirtartalmú vajzsírra) és frakcionált vajzsírra (vagy egyszerűen frakcionált vajra, melyet az olvadási pontja szerint csoportosítanak). A csomagolt vajról illetően a tejből készített vaj és a növényi zsiradékok külön piacokhoz tartoznak, a csomagolt, tejből készített vaj piacát pedig tovább kell bontani a kiskereskedőknek és az OOH fogyasztóknak értékesített csomagolt vaj piacára. Nyitva maradt az a kérdés, hogy a márkás csomagolt vaj és a saját márkájú csomagolt vaj piaca ugyanahhoz a piachoz tartozik-e, mivel a megkülönböztetés nem gyakorolna hatást a versenyjogi értékelésre.

(18) Az érintett földrajzi piacot tekintve az ömlesztett vaj, a frakcionált vajzsír és a nem frakcionált vajzsír piaci EGT-kiterjedésük. A csomagolt vaj érintett földrajzi piaca legalább Hollandiát, Belgiumot és Németországot magában foglalja. Nyitva hagyható annak kérdése, hogy a csomagolt vaj érintett földrajzi piaca EGT-kiterjedésű-e, mivel ez a megállapítás nem gyakorol meghatározó hatást a versenyjogi értékelésre.

5. Dúsított joghurtok és túrók

(19) Tekintettel az érintett termékpiacra, a forgalmazási csatorna szerint külön piacok léteznek a dúsított joghurt és a túró esetében. A piac felosztása egyrészt dúsított joghurt-, másrészt túró-szegmensre, az egészséges, illetve az ínycsok szegmens elkülönítése, valamint a saját márka és a márkás termékek szerinti megkülönböztetés kérdése nyitva hagyható, mivel ez nem befolyásolná a versenyjogi értékelést. Mivel a Friesland Foods nem tevékeny az egészség-szegmensben, a táplálkozási-fiziológiai hatású anyagokkal dúsított joghurt és túró nem kerül további részletezésre.

(20) Tekintettel az érintett földrajzi piacra, az ilyen piac nemzeti az OOH-nagykereskedőknek értékesített dúsított joghurt és túró upstream piacára nézve, és a nemzeti piacnál tágabb a kiskereskedőknek értékesített dúsított joghurt és túró upstream piacára nézve.

6. Ízesített tejsitalok

(21) Ezen a piacon előzetesen megkülönböztették a friss ízesített tejsitalokat és a tartós ízesített tejsitalokat.

(22) Az érintett termékpiacot tekintve különálló érintett termékpiacok léteznek a táplálkozási-fiziológiai hatású anyagokkal dúsított friss ízesített tejsitalok és az ilyen anyagokkal nem dúsított friss ízesített tejsitalok esetében, mely piacok tovább oszthatók a saját márkájú és a márkás termékek, valamint a forgalmazási csatorna (kiskereskedelem/OOH) szerint. Mivel a tervezett összefonódás nem akadályozza a tényleges versenyt a táplálkozási-fiziológiai hatású anyagokkal dúsított friss ízesített tejsitalok piacán és nem érintené a saját márkájú termékek piacát, a versenyjogi értékelés a márkás, táplálkozási-fiziológiai hatású anyagokkal nem dúsított friss ízesített tejsitalok piacára összpontosít.

(23) A tartós ízesített tejsitalok tekintetében a csokoládé ízesítésű tejsitalokról és a gyümölcs ízesítésű tejsitalokról megállapították, hogy külön termékpiacot képeznek. Nem szükséges annak megállapítása, hogy a márkás és a saját márkájú

tartós ízesített tejsitalok beszerzése különböző termékpiacokhoz tartozik-e. Ugyancsak nyitva hagyható a forgalmazási csatorna szerinti, kiskereskedelem és OOH szerinti megkülönböztetés.

(24) Tekintettel az érintett földrajzi piacra, a táplálkozási-fiziológiai hatású anyagokkal nem dúsított friss ízesített tejsitalok upstream piaca nemzeti piac. A tartós ízesített tejsitalok esetében megállapították, hogy a saját márkákat és a márkás termékeket tartalmazó piac földrajzi kiterjedése nagyobb a nemzeti piacnál, és kiterjed Hollandiára, Belgiumra és Németországra. Amennyiben a termékpiac upstream szinten a márkás termékekre korlátozódik, és tekintettel arra, hogy a márkák nagymértékben különböznek az egyes országokban, ezek a piacok nemzeti kiterjedésűek.

7. Friss tejdesszertek

(25) Az érintett termékpiac tekintetében külön érintett termékpiacok léteznek a friss puding, kása és a csomagolt desszertek esetében. A puding esetében nem szükséges a piac további felosztása saját márkájú/márkás termékekre. A piac forgalmazási csatorna szerinti további felosztásának kérdése nyitva hagyható, mivel ez nem érintené a versenyjogi értékelést.

(26) Az érintett földrajzi piacot tekintve az ilyen piac a puding és a kása esetében nemzeti piac.

8. Tejszín

(27) Megállapították, hogy a tejszín esetében az érintett termékpiacot először is tovább kell osztani a folyékony tejszín és a tejszínhab spray külön piacaira. A folyékony tejszínhez kapcsolódóan különbséget kell tenni a tejből készült és a növényi folyékony tejszín között, és minden egyes szegmensben a tejszín kiskereskedelmi, OOH- és ipari értékesítési csatornája között. A tejből készült folyékony tejszín piaca egyaránt tartalmazza az alacsony és a magas zsírtartalmú folyékony tejszín. A tejből készült folyékony tejszín piacán belül nyitva hagyták a friss és a tartós tejszín közötti megkülönböztetést, mivel ez nem gyakorolna hatást a versenyjogi értékelésre. Ehhez hasonlóan nyitva hagyták a márkás és a saját tejszínmárkák szerinti megkülönböztetés kérdését, mivel ez nem gyakorolna hatást az ügylet hatásait vizsgáló végleges megállapításra. Végezetül, mivel a felek tevékenységei nem fedik át egymást a növényi folyékony tejszín piacán, az értékelés a tejből készült tejszínre összpontosított.

- (28) A tejszínhab spray esetében két érintett termékpiac létezik: A kiskereskedelmi és az OOH-fogyasztóknak értékesített tejből készült tejszínhab spray. A tejszínhab spray kiskereskedelmi piaca egyaránt tartalmazza a márkás és a saját márkájú termékeket, miközben az OOH-piac esetében nyitva hagyható a márkás és a saját márkájú termékek szerinti megkülönböztetés, mivel ez nem gyakorolna hatást a versenyjogi elemzésre.
- (29) Az OOH, a kiskereskedelmi és az ipari fogyasztóknak értékesített, tejből készült folyékony tejszín piaca, valamint az OOH és a kiskereskedelmi fogyasztóknak értékesített tejszínhab-spray érintett földrajzi piaca tágabb a nemzeti piacnál és tartalmazza legalább Hollandiát, Belgiumot és Németországot.

9. Folyékony kávéfehérítők

- (30) Az érintett termékpiacot tekintve különálló termékpiacok léteznek a kávétej és a kávétejészín esetében. E termékek esetében nem szükséges a saját márkájú/márkás termékek szerinti különbségtétel. A forgalmazási csatorna tekintetében el kell végezni a kiskereskedelem/OOH szerinti megkülönböztetést is.
- (31) Az érintett földrajzi piacot tekintve a kávétej és a kávétejészín érintett földrajzi piacai tágabbak a nemzeti piacnál és tartalmazzák Hollandiát, Belgiumot és Németországot.

10. Porlasztva szárított emulziók (SDE)

- (32) Az érintett termékpiacot tekintve a folyékony emulziók és az SDE külön termékpiacot képeznek. Továbbá, az SDE különböző kategóriái, mint a krémesítők, habosítók és toppingok külön termékpiacokhoz tartoznak. Mivel a Campina nem aktív a zsírkonzentrátumok és az étrendkiegészítő olajkapszulák szegmensében és a Friesland Foods nincs jelen a tésztastabilizátorok szegmensében, e három termék esetében nem került sor a termékpiac pontos meghatározására.
- (33) Az érintett földrajzi piacot tekintve a krémesítők, habosítók, toppingok és a tésztastabilizátorok piaci kiterjedésüket tekintve EGT-szintűek.

11. Laktóz

- (34) Az érintett termékpiacot tekintve az étkezési és a gyógyszerészeti laktóz két különálló termékpiacot képez. A gyógy-

szerészeti laktózhoz kapcsolódóan az olyan segédanyagok, mint a keményítő, a mannit és az MCC a fogyasztók számára nem jelentenek valós alternatívát és emiatt nem gyakorolnak versenynyomást. Továbbá, mivel az ügylet nem vezet versennyel kapcsolatos aggályokhoz sem a gyógyszerészeti laktóz piacán, sem pedig a közvetlenül tablettázott gyógyszerészeti laktóz és a nedves granulátumú gyógyszerészeti laktóz lehetséges szűkebb piacán, amennyiben ezeket a piacokat pontosan meghatároznák, a megkülönböztetés kérdése nyitva hagyható. Végezetül, a DPI-laktózra (DPI, szárazpor-inhalátor) külön érintett termékpiacot kell meghatározni. A DPI laktóz piacán belül külön érintett termékpiacot kell meghatározni a finomított DPI-laktózra és a kevésbé finomított DPI-laktózra.

- (35) Az érintett földrajzi piacot tekintve az étkezési laktóz esetében nincs szükség a piac meghatározására, mivel nem merülnek fel versennyel kapcsolatos aggályok, függetlenül az érintett földrajzi piac meghatározásától. A gyógyszerészeti és a DPI-laktóz esetében nyitva hagyták a földrajzi piac meghatározásának kérdését. Valójában a gyógyszerészeti laktóz és a gyógyszerészeti DPI-laktóz világszintű piacain az összefonódással létrejött vállalkozás tulajdonképpen ugyanolyan pozícióval rendelkezne, mint az EGT-szintű piacon. Az ügylet nem akadályozná jelentősen a versenyt a gyógyszerészeti laktóz és a gyógyszerészeti DPI-laktóz világszintű és EGT-szintű piacain, függetlenül az említett piacok földrajzi kiterjedésének pontos meghatározásától.

B. VERSENYJOGI ÉRTÉKELÉS

1. Bevezetés

- (36) A tervezett összefonódás által érintett tejszínpiacok szerkezetét és működését alapos vizsgálatnak vetették alá. A vizsgálat eredményeképpen megállapították, hogy az összefonódás valószínűleg nem akadályozza jelentősen a versenyt a következő termékek piacán: tartós tej, friss bio alap-tejtermékek, ömlesztett és csomagolt vaj, folyékony tejszín és tejszínhab spray, folyékony kávéfehérítők, porlasztva szárított emulziók, étkezési laktóz, gyógyszerészeti és DPI-laktóz.

- (37) A tervezett összefonódás jelentősen akadályozná a versenyt a következő termékek beszerzési piacán: nyers tej, friss alap-tejtermékek, sajt, dúsított joghurt és túró, friss ízesített tejszínhab, tartós tejszínhab (LLDD), friss puding és kása.

2. A nyerstej beszerzése

- (38) A nyerstej beszerzése tekintetében az összefonódás egyesténé Hollandia két legnagyobb nyerstej-felvásárlóját, az újonnan létrejött vállalkozás a piac durván [70–80 %]-át ellenőrizné.
- (39) A versennyel kapcsolatban az aggályt nem az jelenti, hogy az összefonódással létrejött vállalkozás piaci erőt gyakorolna az upstream piacon és csökkentené a termelőknek kifizetendő tej árát. Inkább arról van szó, hogy az új vállalkozás a downstream piacokon olyan piaci erővel rendelkezne, amellyel megnövelheti a pluszprofitot és azáltal magasabb árakat fizetne a termelőknek. Ebből következően az összefonódással létrejött vállalkozás olyan helyzetben lenne, amellyel több termelőt vonzana és fenntartaná és/vagy megerősítené a termelők közül álló bázisát. Ez a helyzet megemelné a belépés és/vagy terjeszkedés korlátait a tejtermékek elsődleges piacán, ahol a hatékony verseny érdekében szükség van a holland nyerstejre.

3. Friss tejtermékek

- (40) A friss tejtermékek fogalmába a következő termékek tartoznak: friss alap-tejtermékek (friss tej, friss író és natúr-joghurt), dúsított joghurt és túró, friss ízesített tejalok, friss puding és kása.
- (41) A tervezett ügylet jelentősen akadályozná a hatékony versenyt, mivel erőfölényt teremtene a közös piac jelentős részét képező Hollandiában a friss tej, a friss író és a natúr-joghurt piacán, függetlenül e piac forgalmazási csatornák szerinti további szegmentálásától. E következtetést többek között a következők alapján vonták le: a felek piaci részesedése magas, a feleket egymás szoros versenytársainak tekintették, nehézségek a fogyasztók számára az alternatív szolgáltatókra történő váltáskor, áremelkedés esetében a termelés növelésében a fogyasztók számára mutatózó nehézségek.
- (42) A fent bemutatott ugyanilyen okokból a bejelentett összefonódás jelentősen akadályozná a versenyt, mivel erőfölényt teremtene a következő piacokon: a házon kívüli (OOH) szegmensnek szállított dúsított joghurt és túró holland piaca, a táplálkozási fiziológiai hatású anyagokkal nem dúsított friss ízesített márkás tejalok holland piaca, melyet a forgalmazási csatorna szerint kiskereskedelmi és OOH-piacra osztottak fel.
- (43) A friss desszertek piacain a bejelentett összefonódás valószínűleg jelentősen akadályozná a versenyt i. a friss puding holland piacán és ii. a kása holland piacán, melyek a közös piac jelentős részét képezik, attól függetlenül, hogy e piacokat tovább szegmentálják-e a forgalmazási csatorna

szerint. A következtetést ebben az esetben is többek között a következők alapján vonták le: a felek piaci helyzete, a feleket egymás szoros versenytársának tekintették, így a fogyasztók számára problémát jelent az alternatív szolgáltatókra történő váltás.

4. Holland típusú sajtok

- (44) Az összefonódás jelentősen akadályozhatja a versenyt Hollandiában a holland típusú sajtok specializált nagykereskedőknek történő értékesítése piacán (ideértve a piac natúr, Gouda és 15 napos sajtra történő további szegmentációját) és a kiskereskedelem modern típusainak történő értékesítés piacán (ideértve a piac natúr és Gouda sajtra történő további szegmentációját). Ezen említett piacok mindegyike a közös piac jelentős részét alkotja.
- (45) A specializált sajt nagykereskedőknek történő értékesítés tekintetében ez az értékelés többek között a következőkön alapul: a felek magas piaci részesedései ([40–70 %]), a felek közötti verseny szorossága, a specializált sajt nagykereskedők korlátozott lehetőségei alternatív hazai vagy külföldi szállítókra történő váltásra, a közeljövőben történő belépésre vagy terjeszkedésre vonatkozó korlátozott kilátások, és annak ténye, hogy a felek által ismertetett valamennyi kiegyenlítő tényező (azaz áremelések esetében az eredetileg exportra szánt sajtok iránti kereslet csökkenése és az újbóli behozatal/értékesítés növekedése, valamint a nagykereskedők tárolási és érlelési kapacitásától való állítólagos függés) nem elégséges ahhoz, hogy megakadályozza az összefonódó feleket az árak megemelésében.
- (46) A kiskereskedelem modern típusainak történő értékesítés tekintetében ez az értékelés többek között a következőkön alapul: a felek magas piaci részesedései ([60–70 %]), a felek közötti verseny szorossága, korlátozott fokú verseny a felek és a specializált sajt nagykereskedők között, a kiskereskedelem modern típusainak korlátozott lehetőségei alternatív hazai vagy külföldi szállítókra történő váltásra, a közeljövőben történő belépésre vagy terjeszkedésre vonatkozó korlátozott kilátások, és annak ténye, hogy a felek által ismertetett valamennyi kiegyenlítő tényező (azaz a fogyasztók vásárlóereje, áremelések esetében az eredetileg exportra szánt sajtok újbóli behozatalának/értékesítésének, valamint a kéreg nélküli sajtok felhasználásának növekedése) nem elégséges ahhoz, hogy megakadályozza az összefonódó feleket az árak megemelésében.
- (47) Nem azonosítottak versennyel kapcsolatos aggályokat a specializált sajt nagykereskedők és a kiskereskedelem modern típusai számára értékesített Maasdam és a kéreg nélküli holland típusú sajtok (ideértve a szűkebb szegmentációkat is) holland piacán.

5. LLDD-k

- (48) Az LLDD-k piaca tekintetében a bejelentett összefonódás valószínűleg jelentősen akadályozza a versenyt a következő piacokon: csokoládé ízesítésű tartós márkás tejsavok holland piaca, gyümölcs ízesítésű tartós márkás tejsavok holland piaca, csokoládé ízesítésű tartós márkás tejsavok belga piaca, gyümölcs ízesítésű tartós márkás tejsavok belga piaca, a márkás és a saját márkájú csokoládé ízesítésű tartós tejsavok holland, belga és német piaca, valamint a márkás és a saját márkájú gyümölcs ízesítésű tartós tejsavok holland, belga és német piaca, függetlenül attól, hogy szükséges-e ezeket a piacokat a forgalmazási csatorna szerint tovább szegmentálni.
- (49) Ez a következtetés többek között arra a megállapításra épül, hogy az összefonódó vállalkozások magas piaci részesedéssel rendelkeznek, a feleket egymás legszorosabb versenytársainak tekintik és erős márkákkal rendelkeznek. A piaci vizsgálat jelezte továbbá, hogy a fogyasztók részéről nem valószínű a váltás, és nem valószínű a piaca történő új belépés.

6. A bejelentő felek által felkínált vállalások

- (50) Az ügylettel kapcsolatosan felmerülő azonosított versenyaggályok elosztatása érdekében a Campina és a Friesland Foods vállalásokat javasoltak az EK összefonódás-ellenőrzési rendeletének 8. cikke (2) bekezdése szerint. A vállalások első csomagját 2008. október 28-án nyújtották be, majd 2008. november 5-én egészítették ki azzal a céllal, hogy a Bizottság az ügylettel kapcsolatban pozitív határozatot hozzon. A korrekciós csomag a frissejtermék-, sajt- és a tartós tejsav-üzletágak értékesítését és a nyerstejhez való hozzáférést tartalmazza.
- (51) A Bizottság ezt követően piaci tesztnak vetette alá a vállalásokat. Az első piaci teszt eredménye kimutatta, hogy jelentős javításokra volt szükség. Ennek következményeként a felek november 19-én felülvizsgált vállalási csomagot nyújtottak be, mely megfelelően kezelte az első csomag gyenge pontjait, melyeket a frissejtermék-üzletág, a sajt-üzletág és a tartós tejsav-üzletág értékesítéséhez kapcsolódóan azonosítottak. A Bizottságnak azonban továbbra is aggályai voltak a tekintetben, hogy a nyerstejhez való hozzáférés hiánya általában véve jelentősen akadályozná a versenyt a friss alap-tejtermékek és a holland típusú sajtok downstream piacain Hollandiában, ami különösen az értékesítendő downstream üzletágak elégtelen életképességéhez vezetne. E második csomag piaci tesztje megerősítette, hogy e tekintetben javításokra van szükség.

- (52) A felek ezt követően 2008. november 27-én megküldték a vállalásokat tartalmazó végleges csomagot.
- (53) A fentieket figyelembe véve a vállalásokat tartalmazó végleges csomag a következőkre terjed ki:
- (54) Hollandiában a Friesland Foods egész frissejtermék-üzletága a következő termékekre kiterjedően: friss tej, friss író, natúrjoghurt, dúsított joghurtok és túró, friss puding, kása, friss ízesített tejsavok, friss tejszín és friss alap bio-tejtermékek (a továbbiakban: értékesítendő frissejtermék-üzletág).
- (55) Kizárólagos, 5 évre szóló megújítható licenc a Friesche Vlag márkának a jelenlegi FF Fresh termékportfóliójára történő hollandiai használatára, ezt követően a márkanévet nem használják ezekre a termékekre.
- (56) Ugyancsak értékesítendő a Campina Melkunie márka, a Friesche Vlag összes al-márkanéve és az FF Fresh termékeihez kapcsolódó összes márka (kivéve magát a Friesche Valg márkát) feletti tulajdonjog.
- (57) A Campina bleskengraafi gyáranak értékesítése, valamint az értékesítési csoport, a K+F, a tervezés, a logisztika és az általános támogatás terén dolgozó egyéb személyek kihegyezése az összefonódással létrejött vállalat értékesítési szervezetéből (a továbbiakban: értékesítendő sajt-üzletág).
- (58) A tartós tejsavok esetében a Campina csokoládé ízesítésű tejsavok szegmensbe tartozó Choco Choco márkájának, valamint a gyümölcs ízesítésű tejsavok szegmensbe tartozó Yogho Yogho márkájának értékesítése Hollandiában.
- (59) Az értékesítendő üzletágak kiterjednek többek között valamennyi tárgyi eszközre és vagyoni értékű jogra (ideértve a szellemi tulajdonjogokat), melyek a szóban forgó ügyletbe tartoznak. Az értékesítésbe beletartozik az összes licenc, bármely kormányzati szervezet által kiállított engedély és jogosítás, valamint az értékesítendő üzletágak összes szerződése, lízingszerződése, kötelezettségvállalásai, fogyasztói megrendelése, valamint a fogyasztók adatai, a hiteladatok és az értékesítendő üzletágakra vonatkozó összes adat. Ebben beletartozik a személyzet is.
- (60) A downstream versenytársak – ideértve az értékesítendő üzletágakat is – számára a nyerstejhez való hozzáférést három elem biztosítja. Először is, mindkét gyártelep vonatkozásában átmeneti nyerstej-szállítási megállapodást kötöttek. Az átmeneti szállítási megállapodás értelmében az értékesítendő üzletágak 1 %-kal csökkentett „garantált áron” szerezhetnek be nyerstejet az összefonódással létrejött vállalkozástól. A garantált ár az összefonódással létrejött vállalkozás által a tejtermelőinek garantált ár.

- (61) Másodsor, az átmeneti szállítási megállapodás által lefedett időszakot követően alapítványt (Holland Tejalapítvány, Dutch Milk Fund – DMF) hoznak létre, melynek célja hozzáférést biztosítani évente maximum 1,2 milliárd kg volumenű nyerstejhez. Ennek alapját a downstream versenytársak lehívási jogainak rendszere képezi. Az értékesítendő frisstermék-üzletág és az értékesítendő sajt-üzletág kiemelt lehívási jogokkal rendelkezik a javított vállalatokban foglaltaknak megfelelően, vagyis maximum az említett üzletágak teljes termelési kapacitásának megfelelő volumenig. Az első öt év alatt ennek megfelelően a nyerstej ára a megállapodás szerint az 1 %-kal csökkentett „garantált ár”.
- (62) A harmadik elem strukturális változásra irányul. Az összefonódással létrejött vállalkozás tejtermelőire vonatkozó kilépési korlátokat csökkentették i. az összefonódással létrejött vállalkozástól függetlenül történő nyerstej-hozzáférés és ii. az értékesítendő downstream üzletágak nyerstej-beszerezésre vonatkozó hosszútávú strukturális megoldás

kidolgozására irányuló képességének biztosítására. Ez egy 5 EUR/100 kg összegű kilépési kifizetésből (indulási kifizetés) áll, melyet bármely, az összefonódással létrejött vállalkozásból kilépő tagnak fizetnek ki addig, amíg a Friesland Campinát 1,2 milliárd kg nyerstejnek megfelelő számú tag el nem hagyja.

V. KÖVETKEZTETÉS

- (63) A fenti okokból kifolyólag a határozat következtetése az, hogy a tervezett összefonódás nem akadályozza jelentős mértékben a hatékony versenyt a közös piacon vagy annak jelentős részén.
- (64) Következésképpen az összefonódást – az összefonódás-ellenőrzési rendelet 2. cikkének (2) bekezdésével, valamint 8. cikkének (2) bekezdésével, továbbá az EGT-megállapodás 57. cikkével összhangban – a közös piaccal és az EGT-megállapodással összeegyeztethetőnek kell nyilvánítani.