

## II

(Актове, приети по силата на договорите за ЕО/Евратом, чието публикуване не е задължително)

## РЕШЕНИЯ

## КОМИСИЯ

## РЕШЕНИЕ НА КОМИСИЯТА

от 29 март 2006 година

за деклариране на концентрация, съвместима с общия пазар и с функционирането на Споразумението за ЕИП

(дело COMP/M.3975 — Cargill/Degussa)

(нотифицирано под номер C(2006) 1034)

(само текстът на английски език е автентичен)

(Текст от значение за ЕИП)

(2007/783/ЕО)

На 29 март 2006 г. Комисията прие решение по дело за сливане съгласно Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 г. относно контрола върху концентрациите между предприятия<sup>(1)</sup>, и по-специално член 8, параграф 1 от него. Неповерителен вариант на пълното решение може да бъде открит на оригиналния език на делото и на работните езици на Комисията на уебсайта на Генерална дирекция „Конкуренция“ на следния адрес: [http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_bg.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_bg.html)

## I. РЕЗЮМЕ

- (1) На 21 октомври 2005 г. Комисията получи нотификация за предлагана концентрация по смисъла на член 3, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия („регламент за сливанията“).
- (2) След разглеждане на нотификацията Комисията заключи, че нотифицираната операция спада към обсега на регламента за сливанията.
- (3) На 23 ноември 2005 г. страните представиха ангажименти на Комисията. На 14 декември 2005 г. Комисията заключи, че дори като се вземат предвид представените ангажименти, концентрацията поражда сериозни съмнения относно съвместимостта с общия пазар, и затова реши да започне процедура съгласно член 6, параграф 1, буква в) от регламента за сливанията.
- (4) След задълбочено проучване, обаче, Комисията заключи, че нотифицираната операция не поражда въпроси по

отношение на съвместимостта с общия пазар. Ето защо беше предложено нотифицираната операция да бъде разрешена съгласно член 8, параграф 1 от регламента за сливанията.

## II. СТРАНИТЕ И ОПЕРАЦИЯТА

- (5) Cargill е частна компания, установена в САЩ, която е активна в целия свят като производител и търговец на селскостопански стоки, храни и фуражи, както и на свързани с тях финансови услуги. DFI е немска компания за хранителни съставки, която в момента се притежава от Degussa AG, чиито главни акционери са RAG и E.ON. Двата основни бизнес клона на DFI са „DFI Texturant Systems“ и „DFI Flavours“. Операцията се състои в придобиване на 100 % от дяловете на DFI, които понастоящем се държат от Degussa AG.

## III. КОНЦЕНТРАЦИЯ С ОБЩНОСТНО ИЗМЕРЕНИЕ

- (6) Предлаганата транзакция се състои в придобиване на контрол от страна на Cargill върху цялата DFI по смисъла на член 3, параграф 1, буква б) и член 1, параграф 3 от регламента за сливанията.

<sup>(1)</sup> ОВ L 24, 29.1.2004 г., стр. 1.

#### IV. СЪОТВЕТНИ ПРОДУКТОВИ ПАЗАРИ

- (7) Проучването на пазара, направено от Комисията по това дело, се съсредоточи специално върху пазарите на *негенетично модифициран („НГМ“) течен лецитин и негенетично модифициран обезмаслен лецитин* (1). Засегнатите пазари бяха *генетично модифицираният („ГМ“) лецитин, пектинът* и *нерафинираното масло от маслодайни семена* (2).

##### 1. Различните пазари на лецитин

- (8) Лецитинът е хранителна съставка, която като така наречен „емулгатор“ се използва за стабилизиране на емулсиите, т.е. смеси от хидрофилни (например вода) и хидрофобни (например масло) вещества. Лецитинът намира основно хранителни и фуражни приложения, но се използва също в козметиката, фармацевтичните и промишлените продукти (например хербициди и кожа). Въпреки че като цяло представлява по-малко от 1 % от общите производствени разходи, той обикновено е от съществено значение за промишления процес за крайните потребители и може да промени радикално качеството на окончателните продукти.
- (9) Лецитинът е страничен продукт, получен от смачкването на маслодайни семена, обикновено соеви семена: огромната част от лецитина, продаван на пазара, се добива от соево масло (95 %), докато други източници, като семена от рапица и слънчоглед, остават странични. Лецитинът по обем представлява по-малко от 1 % от съдържанието на соевите семена и много под 5 % по стойност.
- а) *Лецитинът и синтетичните емулгатори не са на един и същ продуктов пазар*
- (10) Емулгаторите могат да се разделят на *естествени емулгатори* (като лецитин) и *синтетични емулгатори* (като моно- и диглицериди). Първите се добиват от маслодайни семена, а вторите се произвеждат по изкуствен начин чрез химични реакции. Пазарното проучване на Комисията установи, че двата вида емулгатори не принадлежат към един и същ продуктов пазар главно поради следните причини:
- (11) От гледна точка на търсенето консултирането на участниците на пазара показва, че лецитинът и синтетичните емулгатори не са взаимозаменяеми по технологични причини и поради причини за качество. Това се отнася за производителите на храни и фуражи. На практика нито един от потребителите на *негенетично модифициран лецитин* не е преминал към синтетични емулгатори в миналото, макар че цените на *негенетично модифицирания лецитин* са се удвоили през последните две години, и огромната част от тях не биха преминали към синтетични емулгатори, дори ако цената на лецитина се увеличи с 10 % в бъдеще.

б) *Генетично модифицираният лецитин и негенетично модифицираният лецитин трябва да се оценяват поотделно*

- (12) Проучването на пазара показва също, че в Европа трябва да се разграничат като отделни пазарите на *генетично модифициран лецитин* и *негенетично модифициран лецитин*. В действителност европейските потребители (за разлика от потребителите в други краища на света) са настроени

силно против генетично модифицираните продукти. Това накара Европейския съюз да приеме няколко регламента, в които се изисква обозначаване и проследяване на генетично модифицираните храни и фуражи и техните съставки от 2004 г. (1) Съответно лецитинът може да бъде освободен от задължителното обозначение само ако има установен процес на сертифициране („аудиторска следа“), обхващаш цялата верига на производство и доставка, при условие че съответната соева реколта е *негенетично модифицирана* и че суровините за междинни и окончателни продукти се съхраняват отделно от *генетично модифициран* материал по време на засаждането, прибирането на реколтата, съхранението, обработката и дистрибуцията.

- (13) От гледна точка на предлагането производствените разходи за *негенетично модифициран лецитин* са значително по-високи от тези за *генетично модифициран лецитин*. Всъщност веригата на доставка на *негенетично модифицирания лецитин* е различна от тази на *генетично модифицирания лецитин*. В резултат на това цените на *генетично модифицирания* и *негенетично модифицирания лецитин* се различават съществено.

в) *Течният, обезмасленият и фракциониран лецитин трябва да се оценяват поотделно*

- (14) Освен това Комисията установи, че може да се направи разграничение между различните видове или степени на лецитин, тъй като течният лецитин (като основен продукт) може да се рафинира по-нататък чрез процес на „обезмаляване“ в „обезмаслен“ лецитин или чрез процес на фракциониране във „фракциониран“ лецитин (2). Cargill не е активна в производството на фракциониран лецитин. Пазарното проучване идентифицира няколко елемента в полза на разграничението между течен, обезмаслен и фракциониран лецитин.

- (15) Почти всички потребители сочат, че не могат да преминават от течен към обезмаслен лецитин и обратно, тъй като съответният тип лецитин отговаря на конкретните нужди на клиентите (например вкус, обработка и т.н.) и предоставя различен производствен процес. От гледна точка на доставката производството на обезмаслен и фракциониран лецитин изисква допълнителни производствени мощности и значителни инвестиции, както и различно производствено ноу-хау.

##### 2. Пектин

- (16) Дейностите на страните се припокриват също и в областта на пектина. Пектинът се използва за желатиниране, стабилизиране ижелиране на продукти. Комисията разгледа по-нататъшно разграничение между различните типове пектин (например ябълков и цитрусов пектин и според съдържанието на метоксил), но в крайна сметка пазарната дефиниция може да бъде оставена отворена, тъй като транзакцията не би попречила на конкуренцията при никое от пазарните определения.

(1) Регламент (ЕО) № 1829/2003 на Европейския парламент и на Съвета относно генетично модифицираните храни и фуражи (ОВ L 268, 18.10.2003 г., стр. 1), Регламент (ЕО) № 1830/2003 на Европейския парламент и на Съвета относно проследяването и етикетването на генетично модифицирани организми и проследяването на храни и фуражи от генетично модифицирани продукти и за изменение на Директива 2001/18/ЕО (ОВ L 268, 18.10.2003 г., стр. 24).

(2) Съществуват също и някои форми на модифицирани/произведени по поръчка „специални лецитини“, които обаче съставляват пренебрежимо малка част от пазара.

## V. СЪОТВЕТНИ ГЕОГРАФСКИ ПАЗАРИ

### 1. Лецитин

- (17) Комисията заключи, че поне пазарите на *негенетично модифициран* лецитин по своя обseg обхващат цялото ЕИП.
- (18) Всъщност силното предпочитание от страна на европейските потребители на *негенетично модифицирани* продукти, което е ясно ограничено до Европа, води до различни пазарни условия в Европа. 80 % от всички продажби на *негенетично модифициран* лецитин, макар и само 45 % от продажбите на лецитин в световен мащаб, се извършват в ЕИП. Нещо повече, клиентите много рядко купуват директно от доставчици извън Европа не само защото транспортните разходи са важен фактор, но и защото навременната доставка и помощта по отношение на продуктово и производственото ноу-хау са решаващи за много клиенти. Структурата на търсенето на лецитин в ЕИП се различава съществено от тази в останалата част на света.
- (19) Що се отнася до пазара на *генетично модифициран лецитин* (течен и обезмаслен), макар да изглежда, че някои фактори са в подкрепа на световния пазар (например регулационните изисквания не се различават съществено по света), за целта на настоящото решение Комисията може да остави точната дефиниция на географския пазар отворена.

### 2. Пектин

- (20) Макар и проучването на пазара да показва, че географският обхват на пазарите може да бъде ограничен до ЕИП, точната дефиниция на географския пазар може да бъде оставена отворена, тъй като нито една от тези дефиниции не засяга възможните проблеми за конкуренцията.

## VI. ОЦЕНКА

### 1. Негенетично модифициран течен лецитин

- (21) Що се отнася до пазара на *негенетично модифициран* течен лецитин в ЕИП, резултатите от задълбоченото пазарно проучване премахнаха действително сериозните съмнения относно съвместимостта на предлаганата транзакция с общия пазар.
- (22) Проучването показва, че действителният пазарен дял на страните ([30—40] %) е по-малък, отколкото се изчислява от страните ([40—50] %), и потвърди, че ограниченията на конкуренцията, произтичащи от други конкуренти, са достатъчно силни, за да ограничат реално позицията на страните на този пазар. В действителност делът на конкурентите на Cargill, DFI и Solae се увеличава постоянно и значително. Не само установени дистрибутори на хранителни съставки като Nore Ingredients ([5—15] % пазарен дял) или Helm AG ([0—10] % пазарен дял) успяха да увеличат дела си. Бразилските и

индийските конкуренти напоследък се превърнаха във възможна алтернатива за европейските клиенти, тъй като много от тях (за разлика от Cargill и Degussa) имат пряк достъп до суровини за *негенетично модифициран* лецитин. Някои по-големи потребители на храни/шоколад вече купуват директно от бразилски източници. Водещите бразилски производители доказаха, че са в състояние да установят своя собствена мрежа за дистрибуция и логистика в Европа и да се конкурират пряко с добре установени участници на пазара като компанията, получила се от сливането, и Solae.

- (23) Същественото увеличение на цената и атрактивните маржове за *негенетично модифициран* течен лецитин представляват по-нататъшен стимул за бразилските и индийските производители да се конкурират по-агресивно със страните по делото на европейския пазар. Тъй като водещите играчи в ЕИП (Cargill, DFI, Solae) в момента имат за източник на почти всичката си *негенетично модифицирана* суровина реални или потенциални бразилски конкуренти, няма вероятност настоящата конкурентна среда на пазара за *негенетично модифициран* течен лецитин да се промени до такава степен, че да създаде съществена пречка за конкуренцията.
- (24) Пазарното проучване на Комисията показва също, че сливането няма да доведе до антиконкурентни ефекти чрез *съгласувани резултати*. Това се дължи не само на несъответствието в пазарните дялове на двата основни участника след сливането. Резултатите от проучването показваха категорично също, че пазарът на *негенетично модифициран* лецитин не може да се разглежда като прозрачен: цената на *негенетично модифициран* лецитин се договаря между доставчика и неговите клиенти индивидуално, без да има ценова листа. В резултат на това цените на течния лецитин варират за различните клиенти, дори за тези, които са сравними по мащаб.

### 2. Негенетично модифициран обезмаслен лецитин

- (25) Пазарното проучване на Комисията се съсредоточи специално върху пазара на *негенетично модифициран* обезмаслен лецитин, тъй като страните държат особено висок комбиниран дял на този пазар. Въпреки това, макар според нотификацията само трима от участниците да са активни на този пазар, задълбоченото проучване показва, че няколко нови доставчика вече са се появили или всеки момент ще се появят на пазара на *негенетично модифициран* обезмаслен лецитин, като по този начин ще ограничат действително способността на страните да имат независимо поведение спрямо конкурентите си.
- (26) Проучването на пазара потвърди, че през 2005 г. DFI все още е бил най-големият доставчик на *негенетично модифициран* обезмаслен лецитин с пазарен дял от [50—60] %. Заедно с пазарния дял на Cargill от [0—10] % през 2005 г. компанията, получена след сливането, би държала [60—70] % от пазара на *негенетично модифициран* обезмаслен лецитин в ЕИП.

- (27) В допълнение проучването показва, че позицията на Cargill на пазара на обезмаслен лецитин е сравнително слаба и че нейното изчезване като конкурент не би променило съществено настоящата конкурентна структура на пазара. В действителност за разлика от своите конкуренти Cargill няма собствени производствени мощности за обезмаслен лецитин, но произвежда обезмаслен лецитин във фабрика в Арканзас, САЩ. Тази фабрика има сравнително ограничен капацитет, който не може да се оползотвори поради сериозни технически проблеми. Нещо повече, пазарното проучване показва, че стратегията на „ниски цени“, избрана от Cargill за влизане на пазара на негенетично модифициран обезмаслен лецитин, е невъзможно да се поддържа предвид значителното увеличение на разходите за суровини (негенетично модифициран обезмаслен лецитин).
- (28) В допълнение проучването показва, че новите доставчици на негенетично модифициран обезмаслен лецитин вече са навлезли на пазара или има вероятност да се появят в подходящ момент и с достатъчен обхват от дейности. Повечето от доставчиците (например Berg & Schmidt/Sternchemie, Ruchi и Matlani) вече са построили свои собствени линии за обезмасляване или са готови да ги пуснат в действие догодина (например SG Lecitinas). Фактът, че новоинсталираните обезмаслителни мощности са значителни, показва, че индийските и южноамериканските доставчици са силно мотивирани да навлязат на европейския пазар. Новият наличен капацитет за производство на негенетично модифициран обезмаслен лецитин в Индия и Бразилия ще надвиши обема на целия пазар на ЕИП.
- (29) Навлизането на сравнително голям брой компании показва, че бариерите за навлизане на пазара на обезмаслен лецитин могат да бъдат значителни, но не и непреодолими. Макар да е вярно, че обезмасленият лецитин не е „суровина“ и производството му изисква технологии и ноу-хау, конкурентите доказваха, че тези технологии са налице на пазара (например чрез инженерни фирми) и че те са в състояние да произвеждат негенетично модифициран обезмаслен лецитин на ниво на качеството, съпоставимо с това, предлагано от лидерите на пазара. Освен това фактът, че много клиенти на храни изискват европейско присъствие на своите доставчици, не е съществена пречка за тези конкуренти, тъй като повечето от тях си сътрудничат с установени европейски дистрибутори, които могат да осигурят необходимото ноу-хау за клиентите и индивидуалните им нужди. В действителност много от клиентите потвърдиха, че се интересуват от алтернативни източници на негенетично модифициран обезмаслен лецитин.

### 3. Пазари на генетично модифициран лецитин

- (30) Проучването на пазара не потвърди наличието на проблеми с конкуренцията на пазара на генетично модифициран лецитин. Що се отнася до *течния лецитин*, дори при хипотезата за европейски пазари ADM ще си

остане лидерът на пазара с дял от [40—50] %, следван от страните, Solae и няколко по-малки конкурента. Това предполага, че новата компания ще има ограничена възможност за едностранно увеличение на цените или за възпрепятстване на конкуренцията по друг начин. Нещо повече, Cargill не съсредоточава маркетинговата си стратегия за лецитин на пазарите на генетично модифициран лецитин. По отношение на риска това сливане да предизвика координирано поведение, Комисията смята, че подобен риск е пренебрежимо малък най-вече поради същите причини както за негенетично модифициран лецитин (липса на ценова прозрачност, несъответствие в пазарните дялове и т.н.). Що се отнася до генетично модифицирания *обезмаслен лецитин*, Solae ще държи [50—60] % от европейския пазар, следвана от DFI, но с ограничено нарастване чрез добавянето на Cargill. На пазара съществуват още няколко други конкурента (например ADM). Следователно припокриването на пазарите на генетично модифициран обезмаслен лецитин е много ограничено.

### 4. Пектин

- (31) Смесеният пазарен дял за пектин на страните не превишава 25 % нито в световен мащаб, нито в цялото ЕИП с много ограничено нарастване. Позициите на пазарен лидер на CP Kelco и на номер 2 в момента (Danisco) няма да бъдат засегнати от сливането. Тази оценка няма да се промени, дори ако се различат алтернативни пазари (например световните пазари, пазари на ябълков/цитрусов пектин или на пазари на пектин според съдържанието на метоксил), тъй като позицията на Cargill на тези пазари дори би била по-слаба.

### 5. Вертикални ефекти (нерафинирано масло)

- (32) Въпреки че, на базата на хипотетичната дефиниция на пазар нагоре по веригата за нерафинирано соево масло в ЕИП, предлаганата транзакция технически поражда вертикално засегнат пазар, тя не дава повод за опасения от вертикален характер главно защото DFI и Cargill купуват готов негенетично модифициран течен лецитин от трети страни и не използват негенетично модифицирани суровини от собствената си продукция за производството на негенетично модифициран лецитин.

### VII. ИЗВОД

- (33) Ето защо решението заключава, че предлаганата концентрация няма съществено да попречи на ефективната конкуренция на общия пазар или на съществена част от него.
- (34) Следователно с решението се декларира, че концентрацията е съвместима с общия пазар и със Споразумението за ЕИП в съответствие с член 2, параграф 2 и член 8, параграф 1 от регламента за сливанията, както и с член 57 от Споразумението за ЕИП.