

Sommarju tad-Deċiżjoni tal-Kummissjoni**tas-17 ta' Novembru 2010****li tiddikjara konċentrazzjoni kompatibbli mas-suq intern u t-thaddim tal-Ftehim taż-ŻEE****(Każ COMP/M.5658 – Unilever/Sara Lee Body Care)**

(notifikata bid-dokument numru C(2010) 7934)

(Il-verżjoni bl-Ingliż biss hija awtentika)**(Test b'relevanza ghaż-ŻEE)**

(2012/C 23/10)

Fis-17 ta' Novembru 2010 il-Kummissjoni adottat Deċiżjoni f'każ ta' amalgamazzjoni skont ir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 139/2004 tal-20 ta' Jannar 2004 dwar il-kontroll ta' konċentrazzjonijiet bejn impriżi⁽¹⁾, u b'mod partikolari l-Artikolu 8(2) ta' dak ir-Regolament. Verżjoni mhux kunfidenzjali tad-Deċiżjoni shiha hija disponibbli fil-lingwa awtentika tal-każ u fil-lingwi proċedurali tal-Kummissjoni fuq il-websajt tad-Direttorat Ġenerali għall-Kompetizzjoni, fl-indirizz li ġej:

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

I. IL-PARTIJET

- (1) Unilever, kumpanija Anglo-Olandiża⁽²⁾, hi fornitur mad-dinja kollha ta' oġġetti tal-konsumatur imfittxija hafna fis-suq u għandha ishma primarji elenkati fil-Euronext Amsterdam (permezz ta' Unilever N.V.) u fil-London Stock Exchange (permezz ta' Unilever Plc). In-negozji prinċipali tagħha huma fil-kategoriji tal-ikel, tal-kura tad-dar u tal-kura personali. Fis-settur tal-kura tad-dar, Unilever hi fornitur minn ta' quddiem ta' prodotti għat-tindif u l-iġjene tat-tessuti u l-uċuħ. Id-diviżjoni tal-kura personali ta' Unilever tforni deodorants, prodotti tal-banju u x-xawer, prodotti għall-kura tal-ġilda, prodotti għall-kura orali u prodotti għall-kura tax-xagħar.
- (2) Sara Lee Corporation hi fornitur mad-dinja kollha ta' oġġetti tad-ditta għall-konsumatur u topera fis-setturi tal-laħam, it-tisjir fil-forn, xorb u l-kura tad-dar u l-ġisem. Il-kwartieri prinċipali tagħha jinsabu fl-Istati Uniti tal-Amerika u hi kkwotata fin-New York Stock Exchange u ċ-Chicago Stock Exchange. Sara Lee Body Care hi magħmula minn (i) in-negozju globali tal-kura tal-ġisem li jimmanifattura u jforni prodotti madwar id-dinja kollha għall-użu fil-banju u x-xawer, deodorants, prodotti għall-kura tat-trabi, prodotti tal-irġiel għall-użu fil-kamra tal-banju u għall-kura orali u (ii) in-negozju Ewropew tal-kura relatata mal-ħasil tal-hwejjeġ li jforni prodotti tat-tindif u l-conditioning tat-tessuti u oġġetti ta' għajjnuna relatati mal-ħasil tal-hwejjeġ.

II. L-OPERAZZJONI

- (3) Fil-25 ta' Settembru 2009, Unilever għamlet offerta għan-negozju globali tal-kura tal-ġisem u negozju Ewropew tal-kura relatata mal-ħasil tal-hwejjeġ ta' Sara Lee Corporation. L-akkwist minn Unilever hu strutturat bħala numru ta'

xirjiet ta' ishma u assi li jinvolvu lil Sara Lee Body Care minn Sara Lee Corporation, kif stipulat fil-Ftehim tal-Bejgħ u x-Xiri (il-"FBX").

- (4) Peress li wara t-tlestija tat-tranzazzjoni nnotifikata, Unilever tipposjedi l-ishma u l-assi kollha ta' Sara Lee Body Care, it-tranzazzjoni proposta tikkostitwixxi konċentrazzjoni skont it-tifsira tal-Artikolu 3(1)(b) tar-Regolament dwar l-Għaqdiet.

III. SOMMARJU

- (5) Wara li eżaminat in-notifika, il-Kummissjoni adottat deċiżjoni fil-31 ta' Mejju 2010, li biha kkonkludiet li l-operazzjoni taqa' fi hdan l-ambitu tar-Regolament dwar l-Għaqdiet u tqajjem dubji serji dwar il-kompatibilità tagħha mas-suq intern u mat-thaddim tal-Ftehim taż-ŻEE, u tat bidu għal proċedimenti skont l-Artikolu 6(1)c tar-Regolament dwar l-Għaqdiet.
- (6) Fit-12 ta' Awwissu 2010, intbagħtet Dikjarazzjoni ta' Oġġezzjonijiet lill-Unilever skont l-Artikolu 18 tar-Regolament dwar l-Għaqdiet. Unilever wiegħbet għal din id-Dikjarazzjoni ta' Oġġezzjonijiet fis-27 ta' Awwissu 2010.
- (7) Fil-21 ta' Settembru 2010, Unilever offriet impenji bil-ghan li trendi l-konċentrazzjoni proposta kompatibbli mas-suq intern. Dawn l-impenji ġew modifikati u l-verżjoni finali tal-impenji tressqet lill-Kummissjoni fit-12 ta' Novembru 2010.

IV. MEMORANDUM TA' SPJEGAZZJONI

- (8) Unilever u Sara Lee Body Care huma t-tnejn attivi fil-forniment ta' prodotti tal-kura personali u tad-dar. L-attivitatiet tagħhom huma simili f'dawn il-kategoriji: deodorants, tindif tal-ġilda (prodotti għall-ħasil personali bħal prodotti tal-banju u x-xawer u s-sapun), kura tal-ġilda (prodotti ddisinjati għan-nutrimnt u ż-żamma tal-ġilda niedja, kemm tal-idejn kif ukoll tal-ġisem), kura tat-tessut (deterġenti, conditioners u oġġetti ta' għajjnuna relatati mal-ħasil tal-hwejjeġ), trattamenti ta' wara t-tqaxxir tal-lehja, kura

⁽¹⁾ ĠU L 24, 29.1.2004, p. 1.

⁽²⁾ Unilever għandha struttura elenkata doppja magħmula minn Unilever N.V. u Unilever Plc. Iż-żewġ entitajiet jeżistu bħala kumpaniji separati iżda joperaw bħala unità ekonomika waħda.

orali (toothpaste), kura tax-xaghar (xampù, conditioners u prodotti tal-istil), u tindif tad-dar (prodotti tat-tindif b'aktar minn użu wiehed).

- (9) Irrispettivament mid-delineazzjoni preċiża tas-suq, it-tranżazzjoni ma tqajjimx thassib dwar il-kompetizzjoni fil-kategoriji li ġejjin: tindif tal-ġilda, kura tal-ġilda, kura tat-tessut, trattamenti ta' wara t-tqaxxir tal-lehja, kura orali, kura tax-xaghar u tindif tad-dar.
- (10) Dan is-sommarju jiffoka biss fuq deodorants li ghalihom ġie identifikat tfixkil sinifikanti tal-kompetizzjoni effettiva f'numru ta' swieq nazzjonali, notevolment il-Belġju, id-Danimarka, l-Irlanda, l-Pajjiżi l-Baxxi, l-Portugall, Spanja u r-Renju Unit.

A. Is-swieq rilevanti

- (11) Deodorants huma prodotti li jimminimizzaw jew jeliminaw l-effetti negattivi tal-gharaq permezz tal-kontroll tar-riha u/jew it-tixrib. Dawn qed isiru dejjem aktar differenti skont il-ġeneru u hafna marki għandhom varjanti fis-suq intizi speċifikament għall-kunsumaturi rġiel u nisa. Ċerti marki jinbieghu b'varjanti tal-irġiel jew nisa biss. F'ċerti Stati Membri (b'mod speċjali Spanja) teżisti kategorija "unisex", bi prodotti mmirati kemm għall-kunsumaturi rġiel u kemm nisa.
- (12) Id-deodorants jinbieghu f'suriet differenti. Tista' ssir distinzjoni bejn suriet bil-kuntatt (primarjament roll-ons, kremi, stick u wipes) u suriet minghajr kuntatt. Marki tad-deodorants huma tipikament assoċjati ma' ċerti funzjonalitajiet ewlenin, dawk l-aktar importanti huma "l-effikaċità", "l-kura tal-ġilda" jew "il-fwieha".
- (13) Il-marka minn ta' quddiem ta' Sara Lee hi Sanex⁽¹⁾. It-tqeghid fis-suq tagħha jiffoka primarjament fuq il-wegħdiet ta' ġilda b'saħħita, għalkemm il-kunsumaturi jagħtu valur lil Sanex ukoll għall-kredenzjali ta' effikaċità tagħha.
- (14) Unilever għandha tliet marki ewlenin fl-UE: Axe, Rexona u Dove⁽²⁾. Axe (magħrufa bħala Lynx fir-Renju Unit u l-Irlanda) hi deodorant esklussivament għall-irġiel. Rexona (magħrufa bħala Sure fir-Renju Unit u l-Irlanda) hi ppożizzjonata bħala prodott effikaċi, disponibbli f'varjanti tal-irġiel u n-nisa għalkemm il-kredenzjali tagħha huma aktar sodi fiż-zona tan-nisa. Id-deodorants Dove għandhom fok partikolari fuq moisturising superjuri fil-ġlieda kontra n-nixfa tal-ġilda. Il-marka kienet esklussivament

immirata lejn in-nisa iżda numru ta' prodotti taht il-marka Dove Men + Care, li tinkludi deodorants, ġew varati f'diversi Stati Membri fl-UE f'Janjar 2010.

- (15) Il-kompetituri ewlenin tal-Partijiet fiż-ŻEE huma: Beiersdorf (li tqiegħed fis-suq in-Nivea, waħda mill-marki ewlenin tad-deodorants fiż-ŻEE), Henkel (bil-marka tagħha Fa), Colgate-Palmolive (li tforni deodorants taht il-marki Palmolive u Soft & Gentle), L'Oreal (attiva b'marki bħal Narta, Ushuaia u Garnier Mineral) u Procter & Gamble (li tqiegħed fis-suq il-marki Mum, Secret, Gillette u Old Spice).

Id-definizzjoni ta' deodorants skont is-suq

- (16) Fir-rigward tas-suq tal-prodott rilevanti, l-investigazzjoni tas-suq ma kkonfermatx id-definizzjoni tas-suq tal-prodott proposta mill-Partijiet fejn id-deodorants tal-irġiel jiffurmaw parti mill-istess suq tal-prodott rilevanti bħala deodorants mhux għall-irġiel. Minflok, l-investigazzjoni turi li deodorants tal-irġiel u dawk mhux għall-irġiel jiffurmaw żewġ swieq ta' prodotti distinti.
- (17) L-investigazzjoni tas-suq provdjet numru ta' elementi li ppermettew l-konkluzjoni li deodorants tal-irġiel u dawk mhux għall-irġiel mhumiex sostitwibbli min-naha tad-domanda, inkluż l-organizzazzjoni tal-ixkaffi separati, differenzi tal-prezzijiet, andamenti ta' tkabbir differenti, u użu limitat bejn il-ġeneru. Rigward is-sostitwibilità min-naha tal-fornitura, ir-riżultat tal-investigazzjoni ma appoġġjax il-konkluzjoni li deodorants tal-irġiel u dawk mhux għall-irġiel huma sostituti għall-ghan tad-definizzjoni tas-suq tal-prodott rilevanti. Jekk l-estensjoni ta' marka magħrufa tad-deodorants tal-irġiel/nisa/unisex f'kategorija tal-ġeneru differenti fil-prinċipju tkun "possibbli" għall-fornituri tad-deodorants ewlenin, tali estensjoni xorta tkun tirrikjedi żmien u investiment sinifikanti għat-thejjija u t-tnedija tal-prodott. Għalhekk ġie konkluz li deodorants tal-irġiel u deodorants mhux għall-irġiel huma swieq ta' prodotti rilevanti separati.
- (18) F'relazzjoni mas-suq ġeografiku rilevanti, l-investigazzjoni tas-suq ikkonfermat li s-suq ġeografiku għad-deodorants jibqa' nazzjonali fl-ambitu. Il-klijenti u l-kompetituri matul l-Istati Membri kollha fissru li l-prezzijiet u l-preferenzi tal-kunsumaturi għall-marki, is-suriet u l-varjetajiet ta' ġeneru jvarjaw bejn il-pajjiżi. Marki lokali xorta għad għandhom rwol importanti f'diversi Stati Membri. Barra minn hekk, kważi l-partecipanti kollha fis-suq ikkonfermaw li n-negozjati tal-prezz kif ukoll l-akkwist saru fuq livell nazzjonali. Għalhekk, is-swieq tad-deodorants ġew analizzati fuq livell nazzjonali.

B. Evalwazzjoni kompetittiva

Dahla

- (19) Il-Kummissjoni għamlet investigazzjoni fil-fond tal-istruttura u tat-thaddim tas-swieq tad-deodorants ikkonċernati mill-amalgamazzjoni proposta. B'riżultat ta' dan, il-Kummissjoni sabet li l-amalgamazzjoni x'aktarx li se

⁽¹⁾ Sara Lee tforni wkoll deodorants taht marki oħra li jinkludu Radox (fir-Renju Unit u l-Irlanda), Williams (il-Belġju, id-Danimarka, Franza u Spanja), Duschdas (il-Germanja); Monsavon (Franza) u Neutral (id-Danimarka, l-Pajjiżi l-Baxxi u l-Isvezja). Dawn il-marki huma inqas importanti fil-portafoll tad-deodorants ta' Sara Lee meta mqabbla mal-marka ewlenija Sanex.

⁽²⁾ Barra l-marki ewlenin hi għandha żewġ marki preżenti f'ċerti swieq nazzjonali: Vaseline (Vasenol fil-Portugall) u Impulse.

tirriżulta fi tfixkil sinifikanti tal-kompetizzjoni effettiva fis-swieq ta' deodorants mhux għall-irġiel fil-Belġu, id-Danimarka, l-Irlanda, l-Pajjiżi l-Baxxi, l-Portugall, Spanja u r-Renju Unit. Fir-rigward tas-suq ta' deodorants tal-irġiel, tfixkil sinifikanti tal-kompetizzjoni effettiva ġie idenfitikat biss fi Spanja.

- (20) Il-premessi li ġejjin jiddeskrivu, l-ewwel, l-evalwazzjoni tal-argumenti ġenerali li kienu applikabbli għall-Istati Membri kollha msemmija qabel. It-tieni, ġiet ipprezentata evalwazzjoni speċifika għall-pajjiż qabel taqsira tal-impenni offruti.

Evalwazzjoni Ġenerali

- (21) Fi swieq differenzjati bħas-suq għad-deodorants, l-ishma tas-suq, għalkemm jipprovdu indikazzjoni tal-poter tas-suq tal-Partijiet jistgħu ma jkunux qed jirriflettu l-interazzjoni kompetittiva sħiħa. Id-Deciżjoni teżamina l-elementi li jindikaw zieda fil-prezz qabel jiġu diskussi l-fatturi kompensatorji f'konformità mal-qafas għall-analiżi ta' effetti mhux koordinati fil-Linji Gwida dwar l-Għaqdiet Orizzontali ⁽¹⁾.

Il-probabbiltà ta' zieda fil-prezz

- (22) Fi swieq differenzjati, l-ammont ta' sostitwibbiltà bejn il-prodotti tal-kumpaniji li qed jingħaqdu hu element essenzjali fl-evalwazzjoni tal-effetti tal-amalgamazzjoni. Fir-rigward tal-qrubija tal-kompetizzjoni, il-Kummissjoni kkonkludiet li l-marki ta' Unilever (Dove, Rexona/Sure, u Vasenol/Vaseline) għandhom pożizzjoni tal-marka komparabbli għal Sanex. Id-dokumenti interni ta' Unilever u analiżi ta' numru ta' studji tal-interazzjoni jikkonfermaw ukoll il-qrubija bejn il-marki ta' Unilever u Sanex.
- (23) Il-Kummissjoni għamlet simulazzjoni tal-amalgamazzjoni li indikat il-possibbiltà ta' zieda fil-prezz wara t-tranzazzjoni. Il-mudell għandu żewġ komponenti. In-naha tad-domanda tiddeskrivi kif il-konsumaturi jagħzlu prodott tad-deodorant u ntużaw mudelli magħrufa bħala "nested logit". In-naha tal-forniment tiddeskrivi kif il-manifatturi jagħzlu l-prezzijiet tagħhom: il-mudell jassumi li l-manifatturi jikkompetu billi jissettjaw il-prezzijiet tal-prodotti tagħhom filwaqt li jharsu lejn id-domanda kif deskritt mill-mudell li ġie stmat. Iż-żieda fil-prezz li ġiet prevista nkisbet permezz ta' tqabbil tal-ekwilibriju ta' wara l-amalgamazzjoni tal-mudell mal-ekwilibriju prevalenti ta' qabel l-amalgamazzjoni. Biex issir simulazzjoni tal-prezzijiet ta' wara l-amalgamazzjoni, il-mudell ekonomiku użat jassumi li, wara l-amalgamazzjoni, il-marki amalgamati jingħataw prezzijiet mill-istess kumpanija, meta kienu qed jikkompetu flimkien qabel l-amalgamazzjoni.

Nuqqas ta' poter ta' kontroll bilanc min-naha tax-xerrej

- (24) Unilever għandha pożizzjoni kbira fis-suq tad-deodorants, li tippermettilha pożizzjoni ta' negozjar ahjar meta

⁽¹⁾ Linji gwida dwar il-valutazzjoni tal-għaqdiet orizzontali skont ir-Regolament tal-Kunsill dwar il-kontroll ta' koncentrazzjonijiet bejn l-imprizi, il-ĠU C 31, 5.2.2004, p. 5 (minn issa 'l quddiem imsejha l-"Linji Gwida dwar l-Għaqdiet Orizzontali").

mqabbla ma' dik tal-kompetituri tagħha. Il-Kummissjoni kkonkludiet li din il-pożizzjoni se tkun aktar imsahha permezz tat-tranzazzjoni proposta u ma tistax issirilha kompetizzjoni minn negozji peress li l-pożizzjoni ta' negozjar tagħhom qed tkompli tiddgħajef.

- (25) Fil-fatt, la l-persjoni kompetittiva li saret minn tikketti privati u lanqas it-treddida jew it-tnehhija mil-lista effettiva mill-ixkaf tan-negozjanti jew il-marġini relattivi ma wrew li n-negozjanti se jkunu kapaċi jirrezistu zieda ġenerali tal-prezzijiet ta' Unilever wara l-amalgamazzjoni.

- (26) Wara li saret evalwazzjoni tal-elementi kollha, ġie konkluz li l-poter tax-xerrej mhux se jagħmel mitgazzjoni tal-possibbiltà ta' zieda tal-prezz.

Dhul suffiċjenti x'aktarx li mhux se jseħh

- (27) Maġġoranza tal-kompetituri, iżda wkoll numru għoli ta' klijenti fis-swieq tad-deodorants indikaw li d-dhul (jew l-espansjoni) fis-suq tad-deodorant – kemm minn suq ta' hdejh tal-kura personali jew bħala parteċipanti godda – hu diffiċli, u li ostakli għad-dhul fis-swieq tad-deodorants huma ġeneralment kbar. Tassew, dhul b'suċċess ta' marka ġdida jew l-introduzzjoni ta' varjant tal-ġeneru ġdid minn fornitur eżistenti tad-deodorant jinvolvu investiment u żmien sinifikanti minhabba diversi stadji kruċjali (l-ittestjar tal-kuncett, id-distribuzzjoni, it-tqeghid fis-suq).

- (28) Barra minn hekk, dokumenti interni u eżempji tad-dhul riċenti ta' Garnier Mineral urew li Unilever bħala l-kumpanija diġà stabbilita minn ta' quddiem b'diversi marki għandha mhux l-abbiltà, iżda wkoll l-inċentiv biex tipp-rovva tipprevjeni d-dhul ta' marki godda jew l-espansjoni ta' whud li diġà jeżistu.

- (29) Għalhekk, ġie konkluz li ostakli għad-dhul huma kbar b'mod sinifikanti fis-swieq tad-deodorants.

Evalwazzjoni speċifika għall-pajjiż

- (30) Fil-biċċa l-kbira tas-swieq nazzjonali kkonċernati, it-tranzazzjoni tkun tirriżulta fit-tishih aktar tal-pożizzjoni ewlenija li diġà għandha Unilever fuq id-deodorants mhux għall-irġiel (eċċezzjoni wahda kienet id-Danimarka, fejn Sara Lee kienet il-mexxej tas-suq u Unilever kienet fit-tieni post). Għalkemm iż-żieda tvarja, din kienet ġeneralment sinifikanti u aktar minn 6 punti percentwali. Barra minn hekk, f'dawn l-Istati Membri kollha, it-tieni l-akbar kompetitur kien se jnaqqas b'mod sinifikanti l-ishma tas-suq mill-ishma tas-suq ikkombinati tal-Partijiet fid-deodorants mhux għall-irġiel, kif jidher fit-tabella hawn taht:

Pajjiż	Unilever f %	Sara Lee f %	Ikkombinati f %	Kompetituri f %
Il-Belġju	30-40	10-20	50-60	Henkel: 10-20 Beiersdorf: 10-20 Tikketti privati: 5-10

Pajjiż	Unilever f %	Sara Lee f %	Ikkombi- nati f %	Kompetituri f %
Id-Dani- marka	20-30	20-30	40-50	Unicare: 10-20 Beiersdorf: 10-20 E. Tjellesen: 5-10
L-Irlanda	60-70	5-10	60-70	Beiersdorf: 10-20 Colgate: 10-20 Revlon: 0-5
Il-Pajjiżi l- Baxxi	30-40	10-20	40-50	Beiersdorf: 10-20 Ohrajn: 10-20 Henkel: 5-10
Il-Portugall	40-50	5-10	40-50	Beiersdorf: 20-30 L'Oreal: 10-20 Tikketti privati: 5-10
Spanja (suq mhux għall- irġiel)	20-30	20-30	40-50	Tikketti privati: 20-30 G. Puig: 5-10 Beiersdorf: 5-10
Spanja (suq tal-irġiel)	50-60	10-20	60-70	Beiersdorf: 10-20 G. Puig: 5-10 Coty: 5-10
Ir-Renju Unit	50-60	5-10	60-70	Colgate: 5-10 Revlon: 5-10 Beiersdorf: 5-10

Il-Belġju

- (31) Fil-Belġju, l-investigazzjoni tas-suq uriet li kien hemm interazzjoni kompetittiva sinifikanti bejn il-marki tal-Partijiet. Dik l-aktar b'suċċess fis-suq tad-deodorant mhux għall-irġiel kienet Sara Lee permezz tal-marka tagħha Sanex, li l-bejgħ tagħha żdied b' [10-20 %] bejn l-2008 u l-2009. Ir-riskju li jintilef il-bejgħ għal-Sanex kien restrizzjoni tal-kompetittività importanti fuq Unilever li t-tranzazzjoni telimina. Iz-żieda tal-prezz globali simulat għall-kategorija totali tad-deodorant tkun ta' bejn 4-5 %, u madwar 6 % fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel. Barra minn hekk, Sanex kienet prevista li għandha żiediet kbar tal-prezz (bejn 14 % u 20 %).

Id-Danimarka

- (32) Sara Lee kienet in-numru wiehed u l-aktar fornitur b'suċċess ta' deodorants mhux għall-irġiel fid-Danimarka. L-investigazzjoni tas-suq żvelat li ċerti kompetituri jfornu marki ta' kwalità/prestigju li kienu kompetituri kemm xejn mill-bogħod għall-marki tal-Partijiet. Id-differenza fil-prezz bejn dawn il-marki u l-"marki tas-suq tal-massa" bħall-marki tal-Partijiet baqgħet sinifikanti. It-tranzazzjoni

kienet se telimina r-rivalità bejn iż-żewġ fornituri ewlenin peress li l-marki ta' Sara Lee kienu restritti minn Unilever u viċi versa.

L-Irlanda

- (33) Fil-Irlanda, l-ishma tas-suq kombinati fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel – 60 %-70 % – kienu sinifikanti hafna (it-tieni kumpanija – Beiersdorf – tkun hafna iżgħar mill-entità l-ġdida). L-investigazzjoni tas-suq indikat li l-marki tal-Partijiet kienu kompetituri mill-qrib, b'mod speċjali Dove u Sanex. Din indikat ukoll il-fatt li t-tranzazzjoni kienet se telimina forza kompetittiva li thegġeġ ir-rivalità kompetittiva fis-suq.

Il-Pajjiżi l-Baxxi

- (34) Fil-Pajjiżi l-Baxxi, Unilever u Sara Lee kienu l-ewwel u t-tielet fornitur fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel. L-aktar kumpanija b'suċċess kienet Sara Lee, li l-bejgħ tagħha żdied b' [10-20 %] bejn l-2007 u l-2009, b'Sanex iżżid il-bejgħ tagħha b' [10-20 %] u Neutral b' [20-30 %]. It-tranzazzjoni kienet se telimina kompetitur mill-qrib għal tnejn mill-marki ewlenin ta' Unilever. Il-possibbiltà ta' żieda fil-prezz minhabba t-tranzazzjoni kienet għalhekk sinifikanti u s-simulazzjoni tal-amalgamazzjoni indikat żieda fil-prezz ta' 5-6 % għal deodorants fis-suq mhux għall-irġiel. Il-mexxejja ewlenin kienu jkun ż-żiediet fil-prezz minn Sanex (madwar 20 %) u Dove (bejn 7 u 11 %).

Il-Portugall

- (35) Fil-Portugall, il-Partijiet kienu se jiksbu sehem fis-suq kombinat ta' [40-50 %] fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel. Dan kien se jeċċedi b'aktar minn 2 darbiet aktar is-sehem tal-eqreb kompetitur li kien Beiersdorf u kien se jkun 4 darbiet akbar mill-kompetitur li jmiss L'Oréal. L-investigazzjoni tas-suq żvelat li l-marki tal-Partijiet kienu kompetituri mill-qrib, b'mod partikolari Vasenol, Dove u Sanex. Barra minn hekk, anki jekk Sanex niżlet l-isfel bejn l-2003 u l-2007, din kienet marka stabbiltà mill-2007 u wahda mill-hames/sitt marki ewlenin fil-Portugall.

Spanja (suq mhux għall-irġiel)

- (36) Fi Spanja, Sara Lee u Unilever kienu l-akbar fornituri fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel, fejn it-tnejn li huma kienu aktar minn darbtejn id-daqs tat-tielet l-akbar fornitur Puig. Il-qrubija tal-kompetizzjoni bejn il-marki tal-Partijiet kienet ukoll ikkonfermata permezz tal-investigazzjoni tas-suq. Filwaqt li l-bejgħ ta' tikketti privati kien b'mod partikolari sinifikanti fi Spanja (20 %) u wera rati ta' tkabbir għolja, din iż-żieda kienet primarjament b'riżultat tal-istrateġija ta' negozjant speċifiku wiehed. Barra minn hekk, iż-żieda tal-bejgħ ta' tikketti privati kellha impatt fuq il-marki tal-kompetituri (li l-bejgħ tagħhom waqa' bejn 15 u 50 %) filwaqt li Sanex kibret kemxejn u Unilever baqgħet stabbli.

Spanja (suq tal-irġiel)

- (37) Fis-suq tal-irġiel ta' Spanja, Unilever u Sara Lee kienu l-ahbar fornituri fis-suq. L-investigazzjoni żvelat interazzjoni kompetittiva sinifikanti bejn il-marki ta' Sara Lee (Sanex u Williams) u l-marki ta' Unilever (Axe u Rexona), f'termini tal-propozizzjoni tal-marka u l-pożizzjoni tal-prezz. Is-simulazzjoni tal-amalgamazzjoni indikat żieda tal-prezz ta' 2,2 % għal deodorants tal-irġiel.

Ir-Renju Unit

- (38) Fir-Renju Unit, il-Partijiet kisbu sehem tas-suq kombinat ta' [60-70 %] fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel filwaqt li l-kompetitur ewlieni li jibqa' jeżisti kien se jkun Colgate b'ishma fis-suq ta' [5-10 %]. Apparti l-Partijiet, kien hemm biss tliet kompetituri b'sehem fis-suq b'iktar minn 2 %. Id-dejta kwalitattiva u kwantitattiva miġbura waqt l-investigazzjoni tas-suq żvelat li l-marki tal-Partijiet jikkompetu mill-qrib flimkien. Is-simulazzjoni tal-amalgamazzjoni bassret żieda fil-prezzijiet fil-kategorija totali tad-deodorants ta' madwar 2-3 % u ta' 4 % fis-suq tad-deodorants mhux għall-irġiel. Fuq il-livell tal-marka, Sanex kien imbassar li kien se jkollha żieda kbira fil-prezz (madwar 30 %).

C. Impenji

- (39) Sabiex jitnehhew l-elementi ta' thassib identifikati dwar il-kompetizzjoni li tqajmu minhabba t-tranzazzjoni, il-Partijiet ipproponew li jiehdu impenji taht l-Artikolu 8(2) tar-Regolament tal-KE dwar l-Għaqdiet. L-ewwel sett ta' impenji gie sottomess fil-21 ta' Settembru 2010, aġġornat fl-24 ta' Settembru 2010, bl-għan li tinkiseb approvazzjoni tal-operazzjoni min-naħa tal-Kummissjoni. Il-pakkett ta' rimedju kien jikkonsisti f'licenzja ta' 5 snin għall-iskopijiet biex jinghata isem ġdid lil (i) il-prodotti kollha taht il-marka kummerċjali Sanex fir-Renju Unit, l-Irlanda, il-Belġju, il-Pajjiżi l-Baxxi u d-Danimarka u (ii) il-marka kummerċjali Rexona f'Spanja u l-Portugall f'relazzjoni mad-deodorants.
- (40) Sussegwentament, il-Kummissjoni ttestjat l-impenji fis-suq. Ir-riżultati tal-ewwel test tas-suq urew li titjib sinifikanti kien meħtieġ. B'riżultat ta' dan, il-Partijiet issottomettew fis-7 ta' Ottubru 2010 sett imtejjeb ta' impenji li jikkonsisti fi żvestiment shih tan-negożju tad-deodorants Sanex fil-Belġju, id-Danimarka, l-Irlanda, il-Pajjiżi l-Baxxi, Spanja,

il-Portugall u r-Renju Unit. Unilever iżzomm il-marka Sanex għall-prodotti/pajjiżi kollha l-oħra bl-obbligu li terġa' tagħti marka mill-ġdid.

- (41) L-ittestjar fis-suq tat-tieni pakkett wera li l-iżvestment tad-deodorants Sanex kienet soluzzjoni aktar ċara u aktar preferuta mill-ewwel wiehed iżda ċertu thassib gie espress fir-rigward tal-vijabbiltà ta' rimedju li jaqsam lil Sanex bejn deodorants u kategoriji ta' prodotti oħrajn. Il-Partijiet ġew infurmati dwar dan it-thassib u fit-12 ta' Novembru 2010 issottomettew pakkett ta' impenji finali.

- (42) L-impenji finali jikkonsistu fi żvestment shih tan-negożju Sanex fil-kategoriji tal-prodotti kollha fiż-ŻEE u jinkludu d-drittijiet kollha tal-marka kummerċjali fil-pussess ta' Unilever fl-Ewropa f'relazzjoni ma' Sanex, id-drittijiet kollha tal-propjetà intellettuali fil-pussess ta' Unilever fl-Ewropa li huma użati fin-Negożzju Sanex jew li huma relatati miegħu inkluż innovazzjonijiet li għadhom ġejjin, il-kuntratti kollha, il-kirjiet, l-impenji u l-ordnijiet tal-klijenti, inkluż il-kuntratti kollha ta' co-packing relatati man-Negożju ta' Żvestment, aċċess għat-tagħmir kollu tal-produzzjoni u l-linji tal-produzzjoni użati fin-Negożju Sanex kif ukoll il-Persunal Ewlieni.

- (43) Il-pakkett ta' rimedju finali jnehhi b'mod ċar it-thassib identifikat dwar il-kompetizzjoni, peress li dan jipprovdi għal żvestment permanenti ta' Sanex inkluż deodorants fis-seba' Stati Membri kollha fejn gie identifikat thassib dwar il-kompetizzjoni, mingħajr ma jqajjem kwistjonijiet ta' vijabbiltà. Dan jikkostitwixxi rimedju nadif, li jista' jsehh u effettiv kapaċi li johloq kompetitur viabbli u effettiv peress li din is-soluzzjoni tindirizza t-thassib kollu dwar il-vijabbiltà li gie espress waqt it-tieni test fis-suq dwar il-qsim tal-marka propost fit-tieni proposta ta' impenji.

V. KONKLUŻJONI

- (44) Għal dawn ir-raġunijiet li ssemmev hawn fuq, id-Deciżjoni tikkonkludi li l-koncentrazzjoni proposta mhijiex se tostakola b'mod sinifikanti l-kompetizzjoni effettiva fis-Suq Intern jew f'parti sostanzjali tiegħu.
- (45) Bħala konsegwenza l-koncentrazzjoni għandha tiġi ddikjarata bħala kompatibbli mas-Suq Intern u mat-thaddim tal-Ftehim taż-ŻEE, b'konformità mal-Artikolu 2(2) u l-Artikolu 8(2) tar-Regolament dwar l-Għaqdiet u mal-Artikolu 57 tal-Ftehim taż-ŻEE.