

AFGØRELSE

Dato: 12. februar 2026
Sag: MTF-25/09814-23
Sagsbehandler: /ENO/VILE

Froneris erhvervelse af enekontrol over Food Union er godkendt

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 23. januar 2026 en anmeldelse af Froneri International Limiteds (herefter "Froneri") erhvervelse af enekontrol over Food Union-koncernen gennem køb af hele aktiekapitalen i Food Union Luxembourg Group S.à.r.l. (herefter "Food Union") (samlet "parterne"), jf. konkurrencelovens § 12 b, stk. 1. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 23. januar 2026.

KONKURRENCERÅDET

1. Transaktionen

Transaktionen indebærer, at Froneri erhverver hele den udstedte aktiekapital i Food Union Luxembourg Group S.à.r.l. Froneri opnår dermed enekontrol over Food Union.¹

Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte og udgør en fusion, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

2. Parterne og deres aktiviteter

Food Union er aktiv inden for produktion og salg af is samt frosne fødevarer (pizzaer og paninier) og kager i Danmark. Food Union er aktiv i lande, der omfatter Danmark, Norge, de baltiske lande og Rumænien. Food Union distribuerer desuden visse Froneri-produkter i Danmark.

I Danmark opererer Food Union via Mejerigaarden A/S gennem mærker som *Hjem-Is*, *Premier Is*, *Rønbjerg* og *Underground*.

Froneri, der er et joint venture mellem Nestlé S.A. (herefter "Nestlé") og investeringsfonde kontrolleret af PAI Partners, er aktiv inden for produktion og salg af is samt frosne kager (Erlenbacher) i Danmark. Froneri er aktiv i Vesteuropa, Australien, USA og andre lande på verdensplan.

Froneris portefølje indeholder bl.a. mærkerne *Extreme*, *Drumstick*, *Oreo*, *Cadbury*, *Milka*, *Pirulo*, *NUII*, *Maxibon* og *Outshine*. I Danmark er Froneris primære brands *Smarties*, *Pirulo*, *Spookis*, *Maxibon*, *Fazer* og *Kit Kat*.

¹ Inden fusionens gennemførelse vil der ske en omstrukturering, hvilket betyder, at Food Unions lettiske mejeriforretning ikke vil indgå i det overtagne forretningsområde ved closing. Froneri erhverver dermed ikke kontrol over denne del, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 2.

Nestlé er bl.a. aktiv inden for produktion, markedsføring og salg af føde- og drikkevarer, herunder mejeriprodukter, kaffedrikke, vand, morgenmadsprodukter, ernæringsprodukter til sundhedssektoren, færdigretter, krydderier, saucer, pasta, chokolade- og tedrikke, konfekturer, snacks og dyrefoder.

PAI Partners er et fransk kapitalfondsselskab, der investerer i virksomheder over hele verden.

3. Jurisdiktion

De deltagende virksomheder er Froneri (inkl. Nestlé og PAI Partners) og Food Union. Ifølge det oplyste havde Froneri (inkl. Nestlé og PAI Partners) i 2024 en omsætning på ca. [xxx] mio. kr. i Danmark.² Food Union havde i 2024 en omsætning på ca. [xxx] mio. kr. i Danmark.³

Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætnings-tærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol.

De deltagende virksomheders omsætning overstiger derimod ikke tærsklerne i Rådets Forordning (EF) Nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ("fusionskontrolforordningen"). Fusionen er derfor ikke omfattet af EU's regler om fusionskontrol.

4. Høringssvar

Styrelsen sendte udkast til afgørelse i høring hos parterne den 5. februar 2026. Styrelsen modtog høringssvar fra Food Union den 10. februar 2026 og fra Froneri den 12. februar 2026. Parterne har i deres respektive høringssvar oplyst, at de ikke har bemærkninger til afgørelsesudkastet.

5. De relevante markeder

For at vurdere om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er det nødvendigt at afgrænse det eller de potentielle relevante produkt- og geografiske markeder, som fusionen kan berøre.

Parterne har i fusionsanmeldelsen taget udgangspunkt i det relevante marked for produktion og distribution af is i Danmark eventuelt segmenteret yderligere, jf. nedenfor.⁴ Herudover har parterne beskrevet deres aktiviteter angående frosne fødevarer, distribution af tredjeparters is og input til produktion af is, som dog ifølge parterne ikke udgør berørte markeder.⁵ Styrelsen vil derfor ikke behandle disse markeder yderligere.

² Jf. parternes fusionsanmeldelse, tabel 1.

³ Jf. parternes fusionsanmeldelse, tabel 1.

⁴ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 122.

⁵ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 77-78, 95-98 og 103-109.

Et relevant marked betragtes som:

- horisontalt berørt, når to eller flere af fusionsparterne er aktive på det samme relevante produktmarked, og fusionen vil medføre, at de tilsammen vil få en markedsandel på mindst 15 pct., og
- vertikalt berørt, når en eller flere af fusionsparterne er aktive på et produktmarked i tidligere eller senere omsætningsled i forhold til det produktmarked, som en eller flere andre af fusionsparterne er aktive på, og de her hver især eller tilsammen har en markedsandel på mindst 25 pct. på mindst et af markederne, uanset om der består et leverandør-/kunde-forhold mellem dem eller ej.⁶

Parterne har identificeret markedet for produktion og distribution af is i Danmark som et horisontalt berørt marked.⁷ Markedet kan eventuelt segmenteres yderligere efter anvendelsesform og distributionskanal.

5.1 Markedet for produktion og distribution af is

5.1.1 Det relevante produktmarked

Kommissionen har i sin tidligere praksis afgrænset markedet for produktion og distribution af industrielt fremstillet is særskilt fra markedet for produktion og distribution af håndlavet is.⁸ Derudover har Kommissionen i tidligere praksis afgrænset særskilte produktmarkeder efter anvendelsesform i henholdsvis:⁹

- is til hjemmet* ("take-home is") defineret som is, der købes for at blive indtaget derhjemme,
- impuls is* defineret som is, der købes til øjeblikkeligt forbrug på gaden eller i offentlige områder, og
- catering is* defineret som isprodukter, der købes i restaurationsbranchen, dvs. på restauranter, caféer, hoteller osv.

Kommissionen valgte dog i sin seneste afgørelse vedrørende ismarkedet i 2020 at lade den endelige markedsafgrænsning efter anvendelsesform stå åben.¹⁰

⁶ Jf. Bekendtgørelse om anmeldelse af fusioner, BEK nr. 690 af 25. maj 2020, Bilag 1, afsnit 7.

⁷ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 122.

⁸ Jf. Kommissionens afgørelse af 23. december 1992 i sag, IV/31.533 og IV/34.072, *Schöller Lebensmittel*, punkt 12; Kommissionens afgørelse af 14. juli 2016 i sag COMP/M.7946, *PAI/Nestle/Froneri*, punkt 15.

⁹ Jf. Kommissionens afgørelse af 15. marts 1994 i sag COMP/M.422, *Unilever France/Ortiz Miko (II)*, punkt 20-25; Kommissionens afgørelse af 25. februar 2002 i sag COMP/M.2640, *Nestle/Schöller*, punkt 10; Kommissionens afgørelse af 14. juli 2016 i sag COMP/M.7946, *PAI/Nestle/Froneri*, punkt 21.

¹⁰ Jf. Kommissionens afgørelse af 21. september 2020 i sag COMP/M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, punkt 52.

Kommissionen har derudover i en tidligere afgørelse overvejet en sondring mellem brandet is (dvs. produkter, der produceres og sælges under producentens egne eller licenserede mærker) og private label is (dvs. produkter, der produceres på kontrakt for en anden mærkeejer eller for et supermarked eller en anden forhandler).¹¹

Kommissionen har derudover i tidligere praksis overvejet, hvorvidt take-home is skulle segmenteres yderligere efter distributionskanal mellem henholdsvis salg til detailhandlen og hjemmelevering.¹²

Parterne anfører, at det relevante produktmarked omfatter al is, og at der ikke skal sondres mellem håndlavet is og industrielt fremstillet is, da de traditionelle kendetegn, der adskilte de to, i høj grad er forsvundet i de senere år.¹³ Parterne anfører hertil, at såfremt styrelsen finder det hensigtsmæssigt at fastholde denne segmentering, så er der ifølge parterne ikke behov for yderligere segmentering af markedet efter anvendelsesform, idet:¹⁴

- a) forbrugerpræferencer overlapper på tværs af impuls-, take-home- og catering-is,
- b) leverandører opererer typisk på tværs af alle anvendelsesformer og benytter ofte de samme produktionsfaciliteter
- c) konkurrencen finder sted på engrosniveau og er ikke drevet af anvendelsesform-specifikke dynamikker

Parterne anfører, at ingen af parterne er aktive inden for håndlavet is, og at det kun er Food Union, som er aktiv inden for henholdsvis hjemmelevering og catering is, hvorfor der ikke er horisontalt overlap mellem parterne på markedet for håndlavet is og de potentielle produktmarkeder for henholdsvis take-home is via hjemmelevering og catering is.¹⁵

Det er samlet styrelsens vurdering, at den endelige afgrænsning af produktmarkedet, for så vidt angår markedet for produktion og distribution af industrielt fremstillet is, herunder segmenteringerne heraf efter henholdsvis anvendelsesform og distributionskanal, kan stå åben. Det skyldes, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses bredt til at omfatte et overordnet marked for produktion og distribution af is eller afgrænses snævert til industrielt fremstillet is efter anvendelsesform og/eller efter distributionskanal, hvor der er

¹¹ Jf. Kommissionens afgørelse af 25. februar 2002 i sag COMP/M.2640, *Nestle/Schöller*, punkt 15.

¹² Jf. Kommissionens afgørelse af 25. februar 2002 i sag COMP/M.2640, *Nestle/Schöller*, punkt 14.

¹³ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 125.

¹⁴ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 127.

¹⁵ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 126 og 166-167.

horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter: (i) take-home is, herunder også segmenteret i salg til detailhandlen, og (ii) impuls is.

Styrelsen tager til brug for vurderingen udgangspunkt i et overordnet marked for produktion og distribution af is samt inden for industrielt fremstillet is på segmenterne, hvor der er horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter: (i) take-home is, herunder også segmenteret i salg til detailhandlen, og (ii) impuls is.

5.1.2 Det relevante geografiske marked

Kommissionen har i sin tidligere praksis konsekvent vurderet, at de relevante geografiske markeder for alle isprodukter skal afgrænses nationalt. Dette skyldes lovgivningsmæssige forskelle, nationale og regionale tendenser inden for produktion og distribution samt forskelle i forbrugernes vaner, produkternes opskrifter og emballage.¹⁶

Parterne vurderer, at det relevante geografiske marked er mindst nationalt og muligvis bredere, men at den præcise geografiske afgrænsning ikke har betydning for den konkurrencemæssige vurdering af transaktionen, da transaktionen ikke i væsentlig grad hæmmer den effektive konkurrence selv under den snævraste mulige markedsdefinition.¹⁷

Det er samlet styrelsens vurdering, at den endelige afgrænsning af det geografiske marked kan stå åben. Det skyldes, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses snævert til et nationalt marked eller bredere.

Styrelsen finder ikke anledning til at afvige fra tidligere praksis og har til brug for vurderingen af denne fusion taget udgangspunkt i et nationalt marked.

6. Vurdering af fusionen

Vurderingen af fusionens virkninger på de berørte markeder tager udgangspunkt i de foreliggende oplysninger, herunder oplysningerne i parternes fusionsanmeldelse.

Styrelsen har derudover offentliggjort fusionen på sin hjemmeside den 18. november 2025 og opfordret interesserede til at indsende bemærkninger til fusionen. Styrelsen modtog i den forbindelse ingen henvendelser.

¹⁶ Jf. Kommissionens afgørelse af 25. februar 2002 i sag COMP/M.2640, *Nestle/Schöller*, punkt 21; Kommissionens afgørelse af 14. juli 2016 i sag COMP/M.7946, *PAI/Nestle/Froneri*, punkt 55; Kommissionens afgørelse af 21. september 2020 i sag COMP/M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, punkt 94.

¹⁷ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 129.

I det følgende foretager styrelsen en vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger på et overordnet marked for produktion og distribution af is samt på eventuelle undersegmenter inden for industrielt fremstillet is efter anvendelsesform og distributionskanal, som er horisontalt berørte: (i) take-home is, herunder også segmenteret i salg til detailhandlen, og (ii) impuls is.

6.1 Horisontale virkninger

6.1.1 Markedet for produktion og distribution af is i Danmark

Parterne har foretaget et estimat af parternes markedsandele på et overordnet marked for produktion og distribution af is i Danmark. Der er ifølge parterne tale om et konservativt estimat, og parterne har oplyst, at Food Union og Froneri inden fusionen havde markedsandele på henholdsvis ca. [20-30] pct. og ca. [0-5] pct. i 2024 på et overordnet marked for produktion og distribution af is i Danmark.¹⁸ Dermed opnår den fusionerende enhed ved denne opgørelsesmetode en markedsandel på ca. [20-30] pct.

HHI vil på et overordnet marked for produktion og distribution af is i Danmark stige med [<150]. Ændringen i HHI er dermed inden for de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.¹⁹

Parterne har derudover oplyst parternes markedsandele på markedet for produktion og distribution af industrielt fremstillet is i Danmark segmenteret efter anvendelsesform og distributionskanal, som er horisontalt berørte: (i) take-home is, herunder også segmenteret i salg til detailhandlen, og (ii) impuls is. Parternes markedsandele på disse segmenter fremgår af Tabel 1 nedenfor.

Tabel 1 – Parternes markedsandele inden for produktion og distribution af industrielt fremstillet is i Danmark segmenteret efter anvendelsesform og distributionskanal (2024)

	Take-home is og impulse is* (pct.)	Take-home is segmenteret i salg til detail- handlen (pct.)	Impuls is (pct.)
Food Union	[<30]	[10-20]	[20-30]
Froneri	[0-5]	[0-5]	[0-5]

¹⁸ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 157.

¹⁹ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 20, hvoraf det fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis delta HHI er under 150, medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

	Take-home is og impulse is* (pct.)	Take-home is segmenteret i salg til detail- handlen (pct.)	Impuls is (pct.)
Parterne samlet	[<30]	[10-20]	[20-30]
Ændring i HHI	[<150]	[<150]	[<150]

Anm.: Parterne har estimeret deres markedsandele ved brug af NielsenIQ Retail Measurement data. Parterne anfører, at NielsenIQ Retail Measurement data til brug for denne opgørelse ekskluderer private label salg, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 147, fodnote 28. Parterne anfører dog, at parternes markedsandele, såfremt private label salg inkluderes, vil være lavere, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 189.

*Ifølge parterne registrerer NielsenIQ Retail Measurement data salg fra detailhandlen til forbrugerne, hvorfor NielsenIQ Retail Measurement data derfor ikke indeholder bl.a. Food Unions salg via Hjem-Is og salg via andre traditionelle salgskanaler som selvstændige kiosker. Ifølge parterne vil parternes samlede markedsandel i Danmark, såfremt dette inkluderes i opgørelsen ved brug af NielsenIQ Retail Measurement data, være [<30] pct., jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 147, fodnote 27.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, tabel 3, 9 og 10.

Der er således tale om en meget begrænset stigning i parternes samlede markedsandel, og HHI vil på markedet for produktion og distribution af industrielt fremstillet is segmenteret efter anvendelsesform og distributionskanal stige med [<150] afhængig af markedsafgrænsningen, jf. Tabel 1. Ændringen i HHI er dermed inden for de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.²⁰

Ifølge parternes oplysninger er der således tale om meget begrænsede horisontale overlap og en begrænset stigning i markedsandele efter fusionen, som følge af Froneris begrænsede tilstedeværelse i Danmark.²¹

Parterne har dertil oplyst, at der er en række konkurrenter på markedet, herunder Hansens Flødeis, Unilever og Mars, som allerede inden fusionen lægger et konkurrencepres på Food Union, hvilket fusionen ikke vil ændre på.²²

Styrelsen vurderer på baggrund af de foreliggende oplysninger, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et overordnet marked for produktion og distribution af is i Danmark samt på eventuelle

²⁰ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 20, hvoraf det fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis delta HHI er under 150, medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

²¹ Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 65, 128 og 147.

²² Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 13 og 75-76.

undersegmenter inden for industrielt fremstillet is efter anvendelsesform og distributionskanal, som er horisontalt berørte: (i) take-home is, herunder også segmenteret i salg til detailhandlen, og (ii) impuls is.

7. Konklusion

Idet fusionen på baggrund af de foreliggende oplysninger ikke giver anledning til indsigelser, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godkendt fusionen efter en forenklet sagsbehandling, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 7.

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, der kan tilskrives de deltagende virksomheder, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.