



Kilpailuviraston suuntaviivat

YRITYSKAUPPAVALVONNASTA

Kilpailuviraston suuntaviivat
yrityskauppavalvonnasta

Kilpailuvirasto julkaisi lokakuussa 2011 uuteen kilpailulakiin (948/2011) liittyen neljät uudet suuntaviivat lain soveltamisesta. Suuntaviivat koskevat yrityskauppavalvontaa (1/2011), sakkovapautus- eli leniency-menettelyä (2/2011), seuraamusmaksun määrän arviointia (3/2011) ja priorisointia kilpailunrajoitusasioiden käsittelyssä (4/2011).

Suuntaviivat löytyvät myös tablettitietokoneille optimoituina pdf-tiedostoina osoitteesta www.kilpailuvirasto.fi kohdasta Lainsäädäntö ja ohjeet. Tiedoston voi siirtää tablettiin esimerkiksi lähettämällä sen itselleen sähköpostitse ja avaamalla sen tabletin pdf-lukuohjelmalla. Tekstiin sinisellä merkityt sanat ovat sähköisessä versiossa linkejä.

Yrityskauppavalvontaan ja sakkovapautukseen liittyvät suuntaviivat julkaistaan myös painettuina. Julkaisutilaukset: tiedotus@kilpailuvirasto.fi

Kaikista suuntaviivoista julkaistaan sähköisessä muodossa myös ruotsinkieliset versiot, ja ainakin yrityskauppavalvonta- ja sakkovapautussuuntaviivoista myös englanninkieliset versiot. Käännökset julkaistaan niiden valmistuttua viraston verkkosivujen ruotsin- ja englanninkielisillä sivuilla.

Ulkoasu	Harri Heikkilä
Taitto	Antti Hovila
ISSN / ISSN-L	1795-1143

Sisällys

I Yrityskauppojen käsittely Kilpailuvirastossa.....	8
1 Johdanto.....	8
2 Ennen yrityskauppailmoitusta.....	8
3 Yrityskauppailmoituksen jälkeen.....	10
4 Käsittelyn kesto.....	11
5 Yrityskauppapäätös.....	11
6 Liikesalaisuudet yrityskauppa-asioissa.....	12
II Ilmoitusvelvollisuus.....	14
1 Yleistä.....	14
2 Yrityskauppasäännösten soveltamisala.....	14
3 Kilpailuvirastolle ilmoitettavat yrityskaupat.....	15
3.1 Yleistä.....	15
3.2 Määräysvallan hankkiminen.....	16
3.2.1 Yleistä.....	16
3.2.2 Kirjanpitolain mukainen määräysvallan hankkiminen.....	16
3.2.3 Vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkiminen.....	17
3.2.4 Yhteinen määräysvalta.....	18
3.3 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen.....	19
3.4 Sulautuminen.....	19
3.5 Yhteisytykset.....	20
3.5.1 Yleistä.....	20
3.5.2 Yhteinen määräysvalta.....	21
3.5.3 Yhteiseen määräysvaltaan liittyviä erityistilanteita.....	22
3.5.4 Itsenäinen taloudellinen kokonaisuus.....	23
3.5.5 Järjestelyn pysyvyys.....	25
3.5.6 Yhteisytyksen toimintojen muutokset.....	25
3.5.7 Yrityskauppalvonnan piiriin kuulumattomat yhteisytykset.....	26
3.5.8 Markkinakäyttäytymistä koskevat yhteistyöjärjestelyt.....	26
3.6 Erityiskysymyksiä.....	26
3.6.1 Välillinen hankinta.....	26
3.6.2 Konsernin sisäinen järjestely.....	27
3.6.3 Kahden vuoden sääntö.....	27
III Liikevaihdon laskeminen.....	28
1 Yleistä.....	28
2 Liikevaihdon määritelmä.....	28
2.1 Johdanto.....	28
2.2 Viimeksi laadittu tilinpäätös.....	29
2.3 Varsinainen toiminta.....	29
2.4 Liikevaihtoon sisällytettävät tuottoerät.....	29
2.4.1 Yleistä.....	29
2.4.2 Läpikulkuerät.....	30
2.4.3 Julkiset tuet.....	30

2.5 Liikevaihdon oikaiseminen tietyissä tapauksissa	30
2.5.1 Tilikausi poikkeaa 12 kuukaudesta.....	30
2.5.2 Yrityskaupoista johtuvat oikaisut	31
2.6 Yhteenlasketusta liikevaihdosta vähennettävät erät	32
2.7 Luottolaitokset, sijoituspalveluyritykset ja vakuutusyhtiöt	32
3 Yrityskauppojen eri tyypit liikevaihdon laskemisessa	34
3.1 Yleistä	34
3.2 Määräysvallan hankkiminen.....	34
3.3 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen	34
3.4 Sulautuminen	35
3.5 Yhteisyritykset	35
3.5.1 Yhteisyrityksen perustaminen.....	35
3.5.2 Yhteisen määräysvallan hankkiminen	35
3.5.3 Yksinomaisen määräysvallan muuttuminen yhteiseksi määräysvallaksi .	35
3.5.4 Yhteinen määräysvalta muuttuu yksinomaiseksi määräysvallaksi	36
3.5.5 Yhteisen määräysvallan käyttäjä vaihtuu tai määräysvallan rakente muuttuu	36
3.5.6 Määräysvallan hankkiminen yhteisyrityksen kautta.....	36
4 Yrityskaupan osapuolten liikevaihdon määräytyminen.....	37
5 Liikevaihdon maantieteellinen kohdentaminen	38
6 Liikevaihdon laskemisen erityiskysymyksiä.....	39
6.1 Luonnolliset henkilöt.....	39
6.2 Yhteisyrityksen liikevaihdon jakaminen eräissä tapauksissa.....	39
6.3 Julkisyhteisöihin liittyvät yrityskaupat	39
6.4 Kahden vuoden sääntö	40
6.5 Muu kuin euromääräinen liikevaihto.....	41
IV Ilmoitusmenettely.....	42
1 Ilmoitusvelvollisuuden alkaminen	42
2 Käsittelyn kesto.....	42
2.1 Käsittelymääräajat.....	42
2.2 Määräaikaisten laskeminen	43
2.3 Käsittelymääräaikaisten jatkaminen	43
2.4 Jatkoselvityksen määräajan pidentäminen	44
3 Toimitettavat tiedot ja asiakirjat.....	45
4 Ilmoitusvelvollisuuden sisältöä koskeva valtioneuvoston asetus	46
5 Yrityskauppojen lyhennetty ilmoitus	53
6 Ilmoitusvelvollisuuden täyttämättä jättäminen ja puutteellinen ilmoitus.....	55
V Yrityskauppojen arviointi	58
1 Yleistä	58
2 Uusi yrityskauppatesti	58
3 Määräävä markkina-asema	62
4 Yrityskauppojen luokittelu	63
5 Vertailukohta yrityskaupan vaikutusten arvioinnille	64

6	Relevanttien markkinoiden määrittely	64
6.1	Yleistä	65
6.2	Kysynnän ja tarjonnan korvattavuus	65
6.3	Hypoteettisen monopolistin testi	66
6.4	Relevantit hyödykemarkkinat	67
6.5	Relevantit maantieteelliset markkinat	68
7	Kilpailuvaikutusten arviointi	70
7.1	Markkinoiden rakenne ja rakenteelliset mittarit	70
7.2	Kilpailuvastaiset vaikutukset horisontaalisissa yrityskaupoissa	72
7.2.1	Koordinoimattomat (yhteensovittamattomat) vaikutukset	73
7.2.2	Koordinoidut vaikutukset	76
7.2.3	Eräät erityistilanteet	78
7.3	Kilpailuvastaiset vaikutukset muissa kuin horisontaalisissa yrityskaupoissa	80
7.3.1	Yleistä	81
7.3.2.1	Markkinoiden sulkeminen	82
7.3.2.2	Kilpailuvaikutusten arvioiminen	83
7.3.3.2	Kilpailuvaikutusten arvioiminen	86
7.3.4	Koordinoidut vaikutukset	88
7.4	Tasapainottavat tekijät	89
7.4.1	Asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoima	89
7.4.2	Potentiaalinen kilpailu ja markkinoille tulon esteet	91
7.4.3	Tehokkuusedut	93
7.5	Taloudellisiin vaikeuksiin ajautunut yritys	95
8	Sähkömarkkinoita koskevien yrityskauppojen arviointi	95
VI	Ehdot ja kielteinen yrityskauppapäätös	98
1	Yleistä	98
2	Ehtoneuvotteluprosessista	98
3	Yrityskauppaa koskevan ehdon poistaminen tai muuttaminen	100
4	Yrityskaupan kieltäminen	101
VII	Yrityskaupan liitännäisrajoitukset	102
1	Liitännäisrajoitukset yrityskauppavalvonnassa	102
2	Liitännäisrajoitusten arvioinnin yleiset periaatteet	102
2.1	Liitännäisrajoitusten välitön liittyminen yrityskauppaan	103
2.2	Liitännäisrajoitusten välttämättömyys	103
2.3	Kilpailukiellot	104
2.4	Lisenssisopimukset	106
2.5	Osto- ja jakelusopimukset	106
2.6	Liitännäisrajoitukset yhteisyrityksissä	107
2.7	Yrityskaupan yhteydessä sovitut muut kuin liitännäiset kilpailunrajoitukset	107
	Liite: Yrityskauppojen lyhennetty ilmoitus	109

Uusi kilpailulaki (948/2011) tuli voimaan 1.11.2011. Nämä suuntaviivat korvaavat Kilpailuviraston aikaisemman tiedonannon yrityskauppavalvonnasta vuodelta 1998 siihen vuonna 2004 tehtyine lisäyksineen. Suuntaviivojen tarkoituksena on selventää yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten tulkinnassa noudatettavia periaatteita sekä antaa tarkempia ohjeita säännösten soveltamisesta. Tässä tiedonannossa ei ole mahdollista ennakoida kaikkia erilaisia yrityskauppatilanteita ja niihin mahdollisesti liittyviä tulkintaongelmia. Ongelmatilanteissa yrityskaupan osapuolia kehoitetaan ottamaan yhteyttä Kilpailuvirastoon.

I Yrityskauppojen käsittely Kilpailuvirastossa

1 Johdanto

Tässä jaksossa esitellään lyhyesti Kilpailuviraston yrityskauppa-
valvontaprosessin pääkohtia. Jakson tarkoituksena on antaa yleiskuva siitä, mitä
yrityskauppa-
valvontaprosessi Kilpailuvirastossa pitää sisällään, miten
menettely etenee, minkälaisia toimenpiteitä virasto yrityskaupan kilpai-
luvaikutuksia selvittäessään tekee sekä mitkä ovat prosessin mahdolliset
lopputulokset. Jakso ei ole tyhjentävä, ja moniin esiteltyihin teemoihin
palataan tarkemmin jäljempänä tässä tiedonannossa.

2 Ennen yrityskauppailmoitusta

Yrityskaupan osapuolet voivat käynnistää yrityskauppa-
valvontaproses-
sia koskevat keskustelut Kilpailuvirastossa jo ennen yrityskaupan var-
sinaista kilpailulain mukaista ilmoittamista. Kilpailuvirasto antaa myös
kilpailulain yrityskauppasäännösten tulkintaan ja soveltamiseen liittyvää
neuvontaa. Ilmoitettavia yrityskauppoja edeltää lisäksi usein ns. ennak-
koneuvottelu, jossa kaupan osapuolet esittelevät suunnitellun järjeste-
lyn tarkemmin virastolle. Kilpailuvirasto kehottaa osapuolia ottamaan
yhteyttä virastoon hyvissä ajoin ennen varsinaisen yrityskauppailmoi-
tuksen tekemistä.

Kilpailuvirasto antaa neuvontaa monenlaisissa yrityskauppoihin liit-
tyvissä asioissa. Suuri osa neuvonnasta liittyy kysymyksiin yrityskaupan
ilmoittamisvelvollisuudesta, kuten kilpailulain mukaisen määräysvallan
syntymiseen, perustettavan yhteisyrityksen itsenäisyyteen, yrityskaupan
osapuolten määrittämiseen ja liikevaihdon laskemiseen. Lisäksi neuvon-
taa voi saada yrityskauppailmoituksessa annettavista tiedoista sekä val-
vontamenettelyn kulusta.

Käytännössä kuka tahansa voi pyytää Kilpailuvirastolta neuvoja yri-
tyskauppojen ilmoitusvelvollisuutta koskeviin tulkintakysymyksiin.
Neuvontapyyntö voidaan esittää täysin luottamuksellisesti¹ ja tilanteen
salliessa suunnitellun yrityskaupan osapuolia yksilöimättä. Kilpailuvi-

¹ Kirjallisesti esitetty neuvontapyyntö on sen Kilpailuvirastoon saavuttua viranomaisen asiakirja viran-
omaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain (621/1999) mukaisesti, ja sen luottamuksellisuus mää-
rätty ko. lain salassapitosäännösten perusteella.

raston alustava kanta tällaisiin kilpailulain yrityskauppasäännösten tulkintakysymyksiin voidaan antaa puhelimitse, ennakkoneuvottelussa tai pyynnöstä kirjallisena lausuntona.

Kilpailuviraston tekemät tulkinnat perustuvat tulkintapyynnön esittäjän toimittamiin tietoihin. Lopullinen vastuu virastolle annettujen tietojen oikeellisuudesta ja riittävydestä on aina tietojen toimittajalla. Vastuu ilmoitusvelvollisuuden täyttämisestä ja yrityskauppailmoituksen tekemisestä on puolestaan ilmoitusvelvollisella. Kilpailuviraston antamat vastaukset tulkintapyyntöihin koskevat aina kyseessä olevaa yksittäistapausta.

Varsinaista yrityskauppailmoitusta edeltävät usein ennakkoneuvottelut. Ennakkoneuvottelut helpottavat ilmoitusvelvollisuuden täyttämistä² ja auttavat Kilpailuvirastoa käsittelemään yrityskaupan ripeästi. Neuvottelujen pääasiallinen tarkoitus on lisätä sekä Kilpailuviraston että yrityskaupan osapuolten edustajien tietoa niistä kysymyksistä, jotka saattavat olla yrityskaupan arvioinnissa tärkeitä.³ Ennakkoneuvottelut käydään aina täysin luottamuksellisesti, eikä Kilpailuvirasto pääsääntöisesti anna ennakoilmoitusvaiheessa olevista yrityskaupoista tietoja julkisuuteen.⁴

Kilpailuvirastolle tulee toimittaa kirjallinen selvitys suunnitellusta yrityskaupasta tai luonnos yrityskauppailmoituksesta hyvissä ajoin ennen neuvotteluja.⁵ Toimitettavaan materiaaliin tulisi sisältyä perustiedot yrityskaupan osapuolista, kuvaus yrityskaupasta ja siihen johtaneista syistä sekä kuvaus niistä markkinoista, joihin yrityskauppa voi vaikuttaa mukaan luettuna arvio osapuolten markkinaosuuksista näillä markkinoilla. Yrityskaupan kannalta relevanttien markkinoiden määrittelyyn voi löytyä johtoa kilpailuviranomaisten⁶ aiemmasta päätöskäytännöstä.

Ennakkoneuvotteluissa pyritään alustavasti selvittämään yrityskaupan kilpailuvaikutuksia sekä Kilpailuvirastolle yrityskauppailmoituksessa toimitettavien tietojen laajuutta. Neuvottelujen pohjalta Kilpailuvirasto voi myöntää yrityskauppailmoituksen yksityiskohtia⁷ koskevia lievennyksiä, jos täydellisen ilmoituksen antaminen on yrityskaupan tutkimiseksi tarpeetonta. Ennakkoneuvotteluissa voidaan myös sopia

2 Yrityskauppojen ilmoitusvelvollisuutta käsitellään tarkemmin tämän tiedonannon osiossa II Ilmoitusvelvollisuus.

3 Yrityskauppojen kilpailuvaikutusten arviointia käsitellään laajasti jäljempänä tässä tiedonannossa osiossa V Yrityskauppojen arviointi.

4 Tästä voidaan poiketa, jos yrityskauppa on julkistettu tai yrityskaupan ilmoittaja antaa luvan kertoa järjestelystä.

5 Tästä vaatimuksesta voidaan poiketa, jos kyseessä on pelkästään informointimeissä järjestettävä tapaaminen.

6 Suositeltavaa on tutustua ainakin Kilpailuviraston ja Euroopan komission päätöksiin.

7 Ks. tarkemmin IV.4 Ilmoitusvelvollisuuden sisältöä koskeva valtioneuvoston asetus.

lyhyen yrityskauppailmoituskaavan⁸ käytöstä. Mahdollisiin kilpailuongelmiin tai muihin yrityskaupan arviointikysymyksiin Kilpailuvirasto ei kuitenkaan voi ennakkoneuvotteluissa ottaa sitovaa kantaa, ja viraston edustajien järjestelystä neuvotteluissa esittämät kommentit ovat siten alustavia. Monissa tilanteissa ennakkoneuvottelut voidaan käydä myös puhelimitse.

3 Yrityskauppailmoituksen jälkeen

Virallisesti yrityskauppavalvontaprosessi käynnistyy silloin, kun sisältövaatimukset täyttävä yrityskauppailmoitus toimitetaan Kilpailuvirastoon.⁹ Ilmoitus tulee tehdä sopimuksen tekemisen, määräysvallan hankkimisen tai julkisen ostotarjouksen julkistamisen jälkeen, mutta kuitenkin ennen yrityskaupan täytäntöönpanoa.¹⁰ Kilpailuvirasto käynnistää yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämisen välittömästi lähettämällä pääsääntöisesti kirjalliset lausunto- tai selvityspyynnöt yrityskaupan osapuolten asiakkaille, kilpailijoille, tavarantoimittajille, toimialaliitoille ja -järjestöille sekä mahdollisille muille tahoille.

Mikäli kolmansien osapuolten näkemyksen mukaan yrityskaupalla voi olla haitallisia kilpailuvaikutuksia, on tärkeää, että näkemykset tuodaan mahdollisimman aikaisessa vaiheessa Kilpailuviraston tietoon. Esiin tuodut näkemykset yrityskaupan vaikutuksista on suositeltavaa selvittää ja perustella huolellisesti, jos mahdollista näkemyksiä tukevien esimerkkien ja asiakirjojen avulla.

Kilpailuvirasto saa yleensä huomattavan osan yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa käyttämästään materiaalista yrityskaupan osapuolilta. Osapuolet toimittavat kyseisen materiaalin joko yrityskauppailmoituksessa tai Kilpailuviraston erillisten lisäselvityspyyntöjen perusteella. Tällaista materiaalia ovat esimerkiksi kyseistä yrityskauppaa koskeva suunnittelumateriaali, kuten sen taloudellisia syitä ja kilpailuvaikutuksia koskeva sisäinen materiaali (hallitusmateriaalit, selvitykset, analyysit ja raportit tms.), sekä yrityskauppaa koskevien markkinoiden osalta myynti-, kapasiteetti- ja muut markkinatiedot.

Kilpailuvirasto pyytää myös kolmansilta osapuolilta erilaista markkinatietoa. Lisäksi Kilpailuvirasto voi hyödyntää arvioinnissaan asiantuntijoita, erilaisten tutkimuslaitosten tuottamaa materiaalia tai teettää

⁸ Ks. tarkemmin IV.5 Yrityskauppojen lyhennetty ilmoitus.

⁹ Puutteellisen ilmoituksen vaikutuksesta käsittelymääräaikoihin ks. IV.6 Ilmoitusvelvollisuuden täyttämättä jättäminen ja puutteellinen ilmoitus.

¹⁰ Kilpailuvirasto voi aloittaa yrityskaupan käsittelyn myös ennen kauppasopimuksen allekirjoittamista, jos kauppa suurella todennäköisyydellä toteutuu. Edellytyksenä on, että kauppa on riittävän konkreettinen ja julkinen siten, että virasto voi normaalilla tavalla kuulla kolmansia osapuolia asiassa.

itse esimerkiksi kyselytutkimuksia. Tausta-aineistona Kilpailuvirastolla on muun muassa sen aiemmat omat sekä muiden kilpailuviranomaisten päätökset. Kilpailuvaikutusten selvittämiseksi Kilpailuvirasto tekee myös säännöllisesti yrityskäyntejä ja tapaa erilaisia toimijoita selvittävään yrityskauppaan liittyen.

4 Käsittelyn kesto

Kilpailuvirasto antaa yrityskaupasta päätöksen kuukauden kuluessa käsittelyn alkamisesta. Kilpailuvirasto voi hyväksyä yrityskaupan ensimmäisen käsittelykuukauden aikana tai siirtää sen jatkoselvitykseen. Jatkoselvitykseen siirretään sellaiset yrityskaupat, joilla ensimmäisen vaiheen selvityksissä on havaittu voivan olla haitallisia kilpailuvaikutuksia. Jatkoselvityksessä yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ja niiden merkittävyyttä selvitetään tarkemmin. Jatkoselvitys voi kestää enimmillään kolme kuukautta. Markkinaoikeus voi pidentää tätä määräaikaa enintään kahdella kuukaudella.¹¹

Mikäli yrityskaupan osapuolet tai niiden kanssa samaan yritysryhmään kuuluvat tahot eivät toimita Kilpailuviraston pyytämiä yrityskaupan selvittämisen kannalta merkityksellisiä tietoja määräajassa tai toimittavat tiedot olennaisesti puutteellisina tai virheellisinä, Kilpailuvirasto voi pidentää yrityskaupan käsittelymääräaikaa. Säännös on ensisijaisesti tarkoitettu sovellettavaksi tapauksiin, joissa yritys tahallisesti jättää tiedot toimittamatta tai toimittaa ne puutteellisina tai virheellisinä.¹²

5 Yrityskauppapäätös

Kilpailuvirasto hyväksyy yrityskaupan, jos siitä ei aiheudu kilpailulaissa mainittuja haitallisia kilpailuvaikutuksia.

Mikäli Kilpailuviraston arvion mukaan yrityskaupasta aiheutuu haitallisia kilpailuvaikutuksia¹³ se voi asettaa yrityskaupan toteuttamiselle ehtoja tai esittää markkinaoikeudelle, että yrityskauppa kielletään tai puretaan. Kilpailuviraston tulee markkinaoikeudelle tehtävän kieltoesityksen sijasta ensisijaisesti neuvotella yrityskaupan ilmoittajan kanssa sellaisista ehdoista, joilla yrityskaupan haitalliset vaikutukset voidaan välttää.

¹¹ Käsittelymääräajoista tarkemmin IV.2 Käsittelyn kesto.

¹² Ks. tarkemmin IV.2.3 Käsittelymääräaikojen jatkaminen.

¹³ Ks. tarkemmin V Yrityskauppojen arviointi. Kilpailulain 25 §:n 2 momentissa on lisäksi alakohtainen erityissäännös sähkömarkkinoilla tehdyn yrityskaupan arviointia varten. Myös tästä säännöksestä lisää em. osiossa.

Ongelmallisissa yrityskauppatapauksissa ehtoneuvotteluja käydään yrityskaupan ilmoittajan Kilpailuvirastolle esittämien ehtojen perusteella. Kilpailuvirasto ei itse esitä yrityskaupalle ehtoja. Ehtoneuvotteluilla tarkoitetaan käytännössä sitä, että yrityskaupan ilmoittaja esittää virastolle ehtoja, jotka sen näkemyksen mukaan poistavat yrityskaupasta aiheutuvat kilpailuongelmat. Esillä ovat myös ehtopaketin täytäntöönpanoon ja sen valvontaan liittyvät asiat. Kilpailuvirasto kuulee markkina-toimijoita esitettyjen ehtojen osalta ja tekee arvion ehtojen riittävydestä muun muassa tämän markkinaselvityksen pohjalta. Jos ilmoittajan esittämät ehdot riittävät poistamaan yrityskauppaan liittyvät kilpailuongelmat, yritys hyväksyy ehdot kirjallisesti, ja Kilpailuvirasto määrää ehdot noudatettavaksi. Kilpailuvirasto ei voi määrätä yrityskaupan toteuttamiselle ehtoja, joita yrityskaupan ilmoittaja ei ole hyväksynyt.

Kilpailuvirasto ei voi tehdä markkinaoikeudelle esitystä yrityskaupan kieltämiseksi, jos yrityskaupan ilmoittajan esittämät ehdot riittävät poistamaan yrityskaupan aiheuttamat kilpailuongelmat. Jos sellaisia yrityskaupan ilmoittajan hyväksymiä ehtoja, joilla yrityskaupasta aiheutuvat kilpailuongelmat voidaan poistaa, ei ole mahdollista löytää, Kilpailuvirasto esittää markkinaoikeudelle yrityskaupan kieltämistä. Markkinaoikeuden tulee tällaisessa tilanteessa antaa päätöksensä kolmen kuukauden kuluessa kieltoesityksen tekemisestä.¹⁴

6 Liikesalaisuudet yrityskauppa-asioissa

Kilpailuvirastoon lähetettäviä asiakirjoja koskevat viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain (621/1999, jäljempänä ”julkisuuslaki”) säännökset. Mainitun lain perusteella viranomaisen asiakirja on lähtökohtaisesti julkinen, ellei julkisuuslaissa tai muussa laissa erikseen toisin säädetä. Jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta viranomaisen asiakirjasta esittämällä viranomaiselle yksilöity tietopyyntö. Julkisuuslain 24 §:n 1 momentin 20 kohdan mukaan salassa pidettäviä viranomaisen asiakirjoja ovat asiakirjat, jotka sisältävät tietoja yksityisestä liike- tai ammattisalaisuudesta, samoin kuin sellaiset asiakirjat, jotka sisältävät tietoja muusta vastaavasta yksityisen elinkeinotoimintaa koskevasta seikasta, jos tiedon antaminen niistä aiheuttaisi elinkeinonharjoittajalle taloudellista vahinkoa.

Yrityskauppoihin liittyvä korostettu liikesalaisuussuoja otetaan huomioon yrityskauppa-asioden käsittelyssä Kilpailuvirastossa. Kilpailuvirastolle yrityskauppaavalvonnan yhteydessä saapuneisiin asiakirjoihin

¹⁴ Ehtoihin, ehtoneuvotteluihin ja kielteiseen yrityskaupapäätökseen liittyviä asioita käsitellään laajemmin jäljempänä osiossa VI Ehdot ja kielteinen yrityskaupapäätös.

voidaan kuitenkin tehdä julkisuuslain mukaisia tietopyyntöjä. Kilpailuvirasto pyytääkin kaikkia viraston kanssa yrityskauppa-asioissa asioivia toimijoita yksilöimään kirjelmien (ml. sähköpostien) yms. virastolle lähetettävän materiaalin mahdollisesti sisältämät liikesalaisuudet merkittävällä kyseiset tiedot tai kohdat esimerkiksi korostuksella tai alleviivauksella. Lisäksi liikesalaisuuksia sisältävästä materiaalista voi toimittaa virastoon ns. julkisen version, josta liikesalaisuudet on poistettu tai peitetty. Julkiset versiot on suositeltavaa toimittaa samassa yhteydessä alkuperäisen materiaalin kanssa. Kilpailuvirasto tekee kuitenkin julkisuuslain näkökulmasta myös oman arvionsa liikesalaisuuksina poistettavaksi merkittyjen tietojen liikesalaisuusluonteesta.

II Ilmoitusvelvollisuus

1 Yleistä

Säännökset yrityskauppavalvonnasta ovat kilpailulain 4 luvussa.¹⁵ Säännökset tulivat voimaan 1.11.2011. Laissa määrätyt ehdot täyttävät yritys-kaupat on ilmoitettava Kilpailuvirastolle, eikä kaupan täytäntöönpanoon saa ryhtyä ennen kuin se on hyväksytty ilman ehtoja tai ehdollisena taikka kaupan on katsottava tulleen muutoin hyväksytyksi. Ilmoitusvelvollisuudesta säädetään kilpailulain 23 §:ssä. Ilmoitusvelvollisuuden tarkemmasta sisällöstä on säädetty valtioneuvoston asetuksessa 1012/2011 (jäljempänä ”ilmoitusvelvollisuusasetus”).¹⁶ Asetuksen liitteessä on yksityiskohtaisesti selvitetty ne tiedot, jotka yrityskaupasta on ilmoitettava.

Uudistettuja säännöksiä yrityskauppavalvonnasta sovelletaan 1.11.2011 jälkeen tehtyihin yrityskauppoihin. Yrityskauppa katsotaan tehdyksi sinä ajankohtana, jolloin syntyy lain 23 §:ssä tarkoitettu ilmoitusvelvollisuus.

2 Yrityskauppasäännösten soveltamisala

Kilpailuvirastolle on ilmoitettava kilpailulain 21 §:ssä määritellyt yritys-kaupat, jos kaupan osapuolten liikevaihdot ylittävät lain 22 §:ssä säädetty liikevaihtorajat.¹⁷ Kilpailulain 21 §:n 1 momentin mukaan yritys-kaupalla tarkoitetaan kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:n mukaisen määräysvallan tai vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkimista, liiketoiminnan tai sen osan hankkimista, sulautumista sekä sellaisen yhteisyrityksen perustamista, joka huolehtii pysyvästi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä. Yleistäen voidaan sanoa, että yritys-kauppasäännösten soveltamisalaan kuuluvat sellaiset markkinoiden rakenteisiin vaikuttavat järjestelyt, joiden seurauksena määräysvalta vaihtuu tai osapuolten liiketoimintaa siirtyy.¹⁸

¹⁵ Hallituksen esityksessä kilpailulaiksi (HE 88/2010) ja erityisesti sen yksityiskohtaisissa perusteluissa täsmennetään kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevia säännöksiä. Myös aikaisempia hallituksen esityksiä kilpailunrajoituslain ajalta voidaan edelleen soveltuvin osin käyttää oikeuslähteenä esimerkiksi yrityskauppojen ilmoitusvelvollisuutta ja liikevaihdon laskentaa koskevissa kysymyksissä, ks. HE 11/2004 ja HE 243/1997.

¹⁶ Valtioneuvoston asetus yrityskauppojen ilmoitusvelvollisuudesta (1012/2011).

¹⁷ Ks. liikevaihdon laskemista koskeva osio III ja valtioneuvoston asetus yrityskaupan osapuolen liikevaihdon laskemisesta (1011/2011).

¹⁸ Tarkemmin määräysvallan käsitteestä ja erilaisista määräysvallan hankkimisen tilanteista ks. jäljempänä jakso 3 Kilpailuvirastolle ilmoitettavat yrityskaupat.

Elinkeinonharjoittajien markkinakäyttäytymistä ohjaavat sopimus- ja yhteistyöjärjestelyt eivät kuulu kilpailulain 21 §:n soveltamisalaan, vaan niitä arvioidaan tarvittaessa kilpailulain 5–7 §:n säännösten¹⁹ mukaisesti. Esimerkiksi kilpailijoiden yhteisen myyntiyhtiön perustaminen tutkitaan lain 5 §:n valossa, koska tällaista yhteisyritystä ei voida pitää lain 21 §:n 1 momentin 4 kohdan tarkoittamana kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä huolehtivana yhteisyrityksenä. Toisaalta markkinakäyttäytymistä ohjaava sopimus saattaa tulla hyväksytyksi yrityskauppa- valvonnassa, jos kysymyksessä on liitännäisrajoitus eli kaupan toteuttamisen kannalta välttämätön järjestely.²⁰

Kilpailulain säännöksiä yrityskauppa- valvonnasta ei sovelleta, jos yrityskauppa kuuluu yrityskeskittymien valvonnasta annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 139/2004 soveltamisalaan (jäljempänä ”EY:n sulautuma-asetus”)²¹, paitsi jos komissio siirtää yrityskeskittymän Kilpailuviraston käsiteltäväksi mainitun asetuksen 4 artiklan 4 kohdan tai 9 artiklan nojalla. Muiden maiden kansalliset yrityskauppasäännökset eivät sen sijaan vaikuta ilmoitusvelvollisuuteen Suomessa. Yrityskauppa voidaan näin joutua ilmoittamaan useammalle kansalliselle kilpailuviranomaiselle.

EY:n sulautuma-asetuksen 3 artiklan 5 alakohdan mukaan eräitä väliaikaisia omistusjärjestelyjä ei pidetä asetuksen mukaisina keskittyminä, eikä niistä tarvitse tehdä ilmoitusta komissiolle. Muiden ilmoitusvelvollisuuden edellytysten täytyessä tällainen kauppa on kuitenkin ilmoitettava Suomessa, sillä kilpailulaki ei sisällä vastaavia väliaikaisia omistusjärjestelyjä koskevia poikkeussäännöksiä. Sulautuma-asetuksen mukaisten liikevaihtorajojen ylityessä kyseisiä väliaikaisia omistusjärjestelyjä ei kuitenkaan ilmoiteta Suomessa, sillä komissiolla on yksinomainen toimivalta yhteisönlaajuisten keskittymien käsittelyyn. Kilpailuvirasto antaa tarvittaessa osapuolille neuvoja ilmoitusvelvollisuudesta ja sen sisällöstä.

3 Kilpailuvirastolle ilmoitettavat yrityskaupat

3.1 Yleistä

Kilpailulain 21 §:n mukaan yrityskauppana pidetään määräysvallan hankkimista, liiketoiminnan tai sen osan hankkimista, sulautumista ja

¹⁹ Jos kilpailunrajoitus voi vaikuttaa merkittävästi EU:n jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, sovelletaan myös Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 ja 102 artikloja.

²⁰ Ks. VII Yrityskaupan liitännäisrajoitukset.

²¹ Neuvoston asetus (EY) N:o 139/2004, annettu 20 päivänä tammikuuta 2004, yrityskeskittymien valvonnasta, EUVL L 24, 29.1.2004, s. 1.

yhteisyrityksen perustamista. Yrityskaupan tyyppi voi vaikuttaa siihen, kuka on ilmoitusvelvollinen ja milloin ilmoitusvelvollisuus alkaa. Kilpailulain 23 §:n 3 momentin mukaisesti ilmoitusvelvollisia ovat määräsvallan hankkija, liiketoiminnan tai sen osan hankkija, sulautumiseen osallistuvat yhteisöt ja yhteisyrityksen perustajat.

EY:n sulautuma-asetuksessa yrityskaupasta käytetään termiä keskittymä. Euroopan komissio on antanut sulautuma-asetuksen mukaisesti konsolidoidun tiedonannon toimivaltakysymyksistä (jäljempänä ”toimivaltatiedonanto”).²² Toimivaltatiedonanto sisältää ohjeistusta keskittymän käsitteestä. Koska EY:n sulautuma-asetuksen keskittymän ja kilpailulain yrityskaupan käsitteet vastaavat pääosin toisiaan, komission toimivaltatiedonantoa ja sen tulkintakäytäntöä voidaan soveltuvin osin käyttää apuna myös kilpailulain soveltamista koskeissa tulkintatilanteissa.²³

3.2 Määräsvallan hankkiminen

3.2.1 Yleistä

Määräsvallalla tarkoitetaan tosiasiallista mahdollisuutta vaikuttaa hankinnan kohteena olevan yhteisön toimintaan ja kilpailukäyttäytymiseen. Määräsvalta ei ole sidoksissa järjestelyn oikeudelliseen toteuttamismuotoon. Määräsvallan hankintatilanteissa ilmoitusvelvollinen on määräsvallan hankkija. Erikoistapauksena voidaan mainita yrityskaupat, joissa yhteisen määräsvallan käyttäjä vaihtuu tai yhteisen määräsvallan rakenne muutoin muuttuu. Näissä kaupoissa myös yhteistä määräsvaltaa käyttämään jäävät yhteisöt voivat olla ilmoitusvelvollisia, vaikka ne eivät olisi kaupan varsinaisia sopijapuolia. Näitä tilanteita käsitellään tarkemmin jäljempänä.²⁴ Kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdan mukaisesti yrityskauppa voi syntyä kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:ssä tarkoitetun määräsvallan hankkimisella tai vastaavan tosiasiallisen määräsvallan hankkimisella.

3.2.2 Kirjanpitolain mukainen määräsvallan hankkiminen

Kirjanpitolain 1 luvun 5 §:n mukainen määräsvalta perustuu äänten enemmistöön yhteisössä tai oikeuteen nimittää enemmistö yhteisön johtoelimen jäsenistä taikka enemmistö henkilöistä, jotka nimittävät johtoelinten jäsenet. Osakeyhtiön äänten enemmistö tai johtoelimen

22 Komission konsolidoitu tiedonanto toimivaltakysymyksistä, EUVL C 95, 16.4.2008, s. 1.

23 Hallituksen esitys eduskunnalle kilpailulaiksi (HE 88/2010), 21 §:n yksityiskohtaiset perustelut.

24 Ks. 3.5.3 Yhteiseen määräsvaltaan liittyviä erityistilanteita.

enemmistön nimitysoikeus perustuu omistukseen, jäsenyyteen, yhtiöjärjestykseen, yhtiösopimukseen tai niihin verrattaviin sääntöihin taikka muuhun sopimukseen. Ääniosuuksien laskemisesta määrätään mainitun lainkohdan 4 ja 5 momentissa.

3.2.3 Vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkiminen

Kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettu vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkiminen eroaa kirjanpitolain konsernimäärityksestä ainakin seuraavissa suhteissa. Se voidaan saavuttaa muillakin kuin kirjanpitolaissa säädetyillä tavoilla, määräysvallan hankkija voi olla luonnollinen henkilö tai säätiö, määräysvallan hankkijoita voi olla yksi tai useampia ja se voidaan hankkia myös välillisesti esimerkiksi yhteisyrityksen kautta. Osakeyhtiössä suhteellisen pienikin äänimäärä saattaa tuottaa määräysvallan, jos omistus on hajallaan tai osakkeenomistajat ovat jatkuvasti passiivisia osallistumaan yhtiökokouksiin.²⁵ Jos esimerkiksi yhtiökokouksiin osallistuu jatkuvasti ainoastaan puolet yhtiön koko äänimäärästä, yli neljänneksen äänivaltaan oikeuttavien osakkeiden hankkiminen voi antaa mahdollisuuden yhtiön hallituksen jäsenten enemmistön nimittämiseen.

Yksinomaisen määräysvallan hankkiminen yhteisössä edellyttää yleensä mahdollisuutta hallituksen enemmistön nimittämiseen. Määräysvallan syntyminen ei edellytä, että enemmistön päätäntävaltaa olisi jo hallituksessa käytetty, vaan ratkaisevaa on tosiasiallinen mahdollisuus hallituksen kokoonpanon muuttamiseen tai muun tosiasiallisen päätäntävallan käyttämiseen. Tosiasiallisen päätäntävallan syntymisestä voidaan esimerkkinä mainita sellaiset yhtiöjärjestyksen, osakassopimuksen tai rahoitussopimuksen määräykset, jotka antavat hallituksessa vähemmistössä olevalle taholle mahdollisuuden päättää yksin yhteisön merkittävistä strategisista liiketoimintapäätöksistä.

Myös esimerkiksi yhtiön taloudellinen riippuvuus vähemmistöomistajasta voi luoda tälle mahdollisuuden päättää yksin yrityksen liiketoimintaa koskevista keskeisistä ratkaisuista. Edellä tarkoitettuja strategisia päätöksiä ovat yhtiön budjetti, liiketoimintasuunnitelma, investoinnit, yrityskaupat, johdon valinta ja muut liiketoimintaa koskevat keskeiset ratkaisut. Liiketoimintasuunnitelmaa tai budjettia koskevan päätösvalan hankkiminen on yleensä selvin merkki tosiasiallisen määräysvallan saavuttamisesta. Määräysvalta voi syntyä myös siten, että ainoastaan yh-

25 Ks. esimerkiksi Kilpailuviraston päätös 3.8.2001, yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena; Sonera Oyj / Loimaan Seudun Puhelin Oy (dnro 1202/81/2000), jossa Kilpailuvirasto katsoi Soneran merkittämisen 16,67 %:n omistusosuuden antavan tosiasiallisen määräysvallan Loimaan Seudun Puhelin Oy:ssä, koska tämän omistus oli hyvin hajautunutta ja äänileikkuri oli poistettu yhtiöjärjestyksestä.

dellä osakkaalla on mahdollisuus estää yhtiön strategisten päätösten tekeminen esimerkiksi veto-oikeuden tai äänestysääntöjen takia.

Rahoittajien antamien luottojen ja tavanomaisten rahoitussopimusten ehdot investointien riskien hallitsemiseksi ja saatavien turvaamiseksi eivät sellaisinaan yleensä synnytä kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdan mukaista määräysvaltaa. Mitä enemmän rahoitussopimus antaa valtaa vaikuttaa yhtiötä koskevaan päätöksentekoon, sitä todennäköisemmin lain 21 §:n 1 momentin 1 kohdan tarkoittama määräysvalta syntyy. Rahoittajalla on selvästi määräysvalta, jos sillä on ääntenenemmistö yhteisössä tai mahdollisuus nimittää yli puolet hallituksen jäsenistä.

Tosiasiallinen määräysvalta voi syntyä myös esimerkiksi vähemmistöomistuksen, välirahoituksen, tavanomaisten rahoitussopimusten ehtojen ja rahoitusta saaneen yhtiön taloudellisen riippuvuuden yhteisvaikutuksesta. Erityisesti rahoitussuhteisiin perustuvan määräysvallan kohdalla on syytä huomauttaa siitä, ettei määräysvallan syntyminen edellytä järjestelyn pysyvyyttä. Esimerkiksi luotto- tai vakuutuslaitosten tai sijoituspalveluyritysten saama osake-enemmistö yhteisössä johtaa määräysvallan syntyymiseen, vaikka omistus olisi tarkoitettu kestäämään vain tietyn velkasuhteen ajan.

3.2.4 Yhteinen määräysvalta

Määräysvalta voidaan hankkia yhteisesti. Määräysvalta on yhteistä silloin, jos kahden tai useamman osakkaan²⁶ on päästävä yksimielisyyteen yhteisöä koskevista strategisista päätöksistä, jotta liiketoimintaa voidaan harjoittaa. Yhteinen määräysvalta voi perustua esimerkiksi äänivaltaisten osakkeiden jakautumiseen tasan kahden osakkaan kesken, kahden osakkaan yhtäläiseen äänioikeuteen päätöksentekoelimissä, keskeisten toimielinten nimitysoikeuteen tai osakkaiden yhteisen määräysvallan käyttöä koskevaan sopimukseen taikka yhtiöjärjestyksen määräykseen. Myös vähemmistöosakas on yhteisen määräysvallan käyttäjä, jos sillä on mahdollisuus estää yhtiötä koskevien strategisten päätösten tekeminen. Yhteisen määräysvallan hankkiminen kuuluu yrityskauppavalvonnan piiriin, jos yhteiseen määräysvaltaan tuleva yhteisö on lain 21 §:n 1 momentin 4 kohdassa tarkoitettulla tavalla itsenäinen yhteisyritys. Jäljempänä alajaksossa 3.5 (Yhteisyritykset) käsitellään tarkemmin yhteistä määräysvaltaa ja yhteisen määräysvallan erityistilanteita.

²⁶ Osakkaana voi olla yhteisö tai luonnollinen henkilö.

3.3 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen

Kilpailulain 21 §:n 1 momentin 2 kohdassa mainitaan yhtenä yrityskaupan muotona elinkeinonharjoittajan liiketoiminnan tai sen osan hankinta. Kysymys on määräysvallan hankinnasta liikeomaisuuteen siten, että markkinoilla syntyy rakenteellinen muutos. Esimerkiksi pelkän koneen, laitteen tai tuotantotilan hankkimista ilman asiakassuhteita, taitotietoa tai henkilökuntaa ei yleensä katsota kilpailulain mukaiseksi yrityskaupaksi. Jos omaisuudella kuitenkin voidaan harjoittaa liiketoimintaa ja siihen voidaan kohdistaa liikevaihtoa, on yleensä kyse lainkohdassa tarkoitettusta liiketoiminnasta tai liiketoiminnan osasta. Henkilökunnan siirtyminen järjestelyn yhteydessä viittaa yleensä yrityskauppaan.²⁷ Joissain tapauksissa immateriaalioikeuksien hankkimista voidaan pitää yrityksen liiketoiminnan osan hankkimisena, vaikka kaupassa ei siirry henkilökuntaa. Esimerkiksi korkean teknologian aloilla immateriaalioikeuksien hankkimisella voi olla ratkaiseva merkitys liiketoiminnalle. Ilmoitettavana yrityskauppana pidetään myös sellaista yhteisyrityksen purkautumista, jossa yhteisyrityksen liiketoiminta tai sen osa siirtyy yhteisyrityksen osakkaalle tai kolmannelle taholle. Ilmoitusvelvollisuus syntyy liiketoiminnan tai sen osan hankkijalle.

3.4 Sulautuminen

Lain 21 §:n 1 momentin 3 kohdan mukaisesti yrityskauppana pidetään tilannetta, jossa aiemmin itsenäiset yhteisöt sulautuvat. Sulautuminen voidaan toteuttaa esimerkiksi absorptiosulautumisella, jossa vastaanotettava yhteisö ja yksi tai useampi sulautuva yhteisö sulautuvat. Sulautuminen voidaan toteuttaa myös kombinaatiosulautumisella, jossa vähintään kaksi sulautuvaa yhteisöä sulautuu perustamalla yhdessä vastaanottavan yhteisön. Yhteisöjen sulautumisesta säädetään tarkemmin mm. osakeyhtiölaissa, osuuskuntalaissa, säätiölaissa ja vakuutusyhtiölaissa. Sulautumiseen osallistuvat yritykset ovat ilmoitusvelvollisia. Absorptiosulautumisessa ilmoitusvelvollisia ovat vastaanotettava yhteisö ja sulautuva yhteisö. Kombinaatiosulautumisessa ilmoitusvelvollisia ovat vastaanottavan yhteisön perustavat yhteisöt.

²⁷ Tämä ei kuitenkaan ole ratkaiseva edellytys. Ks. esim. Kilpailuviraston päätös 20.4.2001, yrityskaupan hyväksyminen; Biowatti Oy / Kankaanpään massahakelaitos (dnro 273/81/2001), jossa ostajalle ei siirtynyt lainkaan henkilökuntaa, mutta koska hankinnan kohde oli laajempi omaisuuskokonaisuus kuin vain yksittäinen kone tai laite, Kilpailuviraston arvion mukaan hankitulla omaisuudella voitiin sellaisenaan harjoittaa liiketoimintaa, johon voitiin kohdistaa liikevaihtoa. Näin ollen yrityskaupassa oli kyse kilpailunrajoituslain 11 §:n 2 kohdan mukaisesta liiketoiminnan hankinnasta.

3.5 Yhteisyritykset

3.5.1 Yleistä

Kilpailulain 21 §:n 1 momentin 4 kohdan mukaan yrityskauppana pidetään sellaisen yhteisyrityksen perustamista, joka huolehtii pysyvästi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä. Yrityskauppavalvonnan piiriin kuuluvan yhteisyrityksen kriteerit täyttyvät silloin, kun toiminta on tarkoitettu pitkäaikaiseksi tai jatkuvaksi, yhteisyrityksellä on riittävät omat resurssit eikä se ole riippuvainen perustajiensa toimituksista tai ostoista.

Yrityskaupan ilmoitusvelvollisuus kuuluu kilpailulain 23 §:n 3 momentin mukaan yhteisyrityksen perustajille.²⁸ Yrityskauppavalvontasäännösten soveltamisen yleisenä edellytyksenä on se, että kyse on määräysvallan vaihdokseen tai liiketoiminnan siirtämiseen tähtäävästä rakenteellisesta järjestelystä. Jos määräysvallan käyttäjiä on järjestelyn jälkeen useampi kuin yksi, kyse voi olla Kilpailuvirastolle ilmoitettavasta yhteisyrityksen perustamisesta. Yrityskauppavalvonnan piiriin voivat kuulua uuden yhteisyrityksen perustamisen lisäksi järjestelyt, joilla hankitaan yhteinen määräysvalta osapuolten yritysryhmiin kuulumattomasta yhteisöstä.²⁹ Myös yhden osakkaan yksinomaisessa määräysvallassa olevan yhteisön siirtyminen yhteiseen määräysvaltaan voi johtaa ilmoitusvelvollisuuteen. Yrityskauppavalvonta voi koskea lisäksi sellaisia rakenteellisia järjestelyjä, joiden takia yhteisyrityksen määräysvallan käyttäjät vaihtuvat tai määräysvallan rakenne yhteisyrityksessä muuttuu. Myös yhteisyrityksen toiminnan laajentaminen saattaa synnyttää yrityskaupan ilmoitusvelvollisuuden.³⁰

Jotta yhteisyrityksiin liittyvät järjestelyt kuuluisivat yrityskauppavalvontasäännösten soveltamisalaan, 1) vähintään kahden yhteisyrityksen osakkaan on käytettävä määräysvaltaa yhdessä, 2) yhteisyrityksen on huolehdittava kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä ja 3) yhteisyritys on perustettava pysyvää liiketoiminnan harjoittamista varten. Yhteisyritykseen liittyvän yrityskaupan luonteen arviointi ei kuitenkaan perustu yksittäisten kriteerien tarkasteluun, vaan kyse on kokonaisarviointista. Kilpailuvirasto ottaa soveltamiskäytännössään huomi-

²⁸ Yhteisyrityksen (määräysvaltaa käyttävät) osakkaat.

²⁹ Jälkimmäisessä tapauksessa ei ole tarpeen tarkastella kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan hoitamista koskevaa kriteeriä, vaan riittää, että hankinnan kohteena on liiketoimintaa, johon voidaan kohdistaa liikevaihtoa. Tämä sen vuoksi, että markkinoiden rakenne muuttuu, vaikka hankinnan kohde jatkossa tarjoaisikin palveluitaan ainoastaan emoyhtiöilleen.

³⁰ Ilmoitusvelvollisuuden saattaa synnyttää esimerkiksi se, että (aiemmin) epäitsenäinen yhteisyritys alkaa tarjota tuotteitaan tai palvelujaan myös muille kuin emoyhtiöilleen tms.

oon myös soveltuvin osin yhteisyrityksistä komission toimivaltatiedonannossa esitetyjä periaatteita (erityisesti kohdat 91–109).³¹

3.5.2 Yhteinen määräysvalta

Yhteisellä määräysvallalla tarkoitetaan sitä, että yhteisyrityksen osakkaiden on sovittava yhteisyritystä koskevista strategisista ratkaisuihin yhdessä. Yhteiselle määräysvallalle on ominaista mahdollisuus lukkiutuneen tilanteen syntymiseen. Tämä on seurausta siitä, että kahdella tai useammalla osakkaalla on valta hylätä ehdotetut strategiset päätökset.

Yhteinen määräysvalta voi johtua esimerkiksi äänivaltaisten osakkeiden jakautumisesta tasan kahden osakkaan kesken tai osakkaiden yhteisen määräysvallan käyttöä koskevasta sopimuksesta taikka yhtiöjärjestyksen määräyksestä. Myös vähemmistöosakas on yhteisen määräysvallan käyttäjä, jos sillä on mahdollisuus estää yhtiötä koskevien strategisten päätösten tekeminen ns. veto-oikeuksia käyttämällä. Yhteisen määräysvallan synnyttävät veto-oikeudet liittyvät yleensä talousarvioon, liiketoimintasuunnitelmaan, merkittäviin investointeihin tai yrityksen johdon nimittämiseen liittyviin kysymyksiin.

Joissakin tapauksissa yhteisen määräysvallan saattaa synnyttää äänioikeuksien yhtäläinen käyttö. Tällaisessa tilanteessa useampi vähemmistöosakas on joko nimenomaisesti tai muuten sopinut äänioikeuksien yhtäläisestä käytöstä saavuttaakseen yhtiössä määräysvallan. Erittäin poikkeuksellisissa tapauksissa yhteistoiminta voi perustua tosiasiallisiin olosuhteisiin, jos vähemmistöosakkailla on niin merkittävä yhteinen intressi, että se estää niitä toimimasta toisiaan vastaan yhteisyrityksessä.

Merkittävien yhteisten intressien puuttuessa mahdollisuus vähemmistöosakkaiden vaihtuvien yhteenliittymien syntymiseen johtaa tavallisesti siihen, että vähemmistöosakkaat eivät käytä yrityksessä yhteistä määräysvaltaa.

Kilpailuvirasto kiinnittää yhteistä määräysvaltaa arvioidessaan erityistä huomiota muun ohella liiketoimintasuunnitelman sisältöön ja osakassopimuksen määräyksiin.

³¹ Yhteisyrityksen pysyvyyttä ja itsenäisyyttä arvioitaessa voidaan tulkinta-apuna soveltuvin osin käyttää näitä edellytyksiä koskevaa EY:n sulautuma-asetuksen soveltamiskäytäntöä, HE 243/1997 (hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kilpailunrajoituksista annetun lain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta), 11 §:n 1 momentin 4 kohdan yksityiskohtaiset perustelut.

3.5.3 Yhteiseen määräysvaltaan liittyviä erityistilanteita

(i) Johdanto

Eräät muutokset yhtiön määräysvallan rakenteessa saattavat synnyttää yhteisen määräysvallan ja laukaista yrityskaupan ilmoitusvelvollisuuden. Lisäksi yhteisen määräysvallan muuttuminen yksinomaiseksi määräysvallaksi synnyttää ilmoitusvelvollisuuden.

(ii) Yksinomainen määräysvalta muuttuu yhteiseksi määräysvallaksi

Yksinomainen määräysvalta muuttuu yhteiseksi silloin, kun yksi tai useampi osakas hankkii yhteisen määräysvallan yksinomaisessa määräysvallassa olleeseen yhtiöön. Jos ennen yrityskauppaa yksinomaista määräysvaltaa käyttänyt osakas jää käyttämään siinä yhteistä määräysvaltaa, järjestelyä tarkastellaan yhteisyrityksen perustamistilanteena yrityskaupan osapuolen liikevaihdon laskemisesta annetun valtioneuvoston asetuksen (1011/2011, jäljempänä ”liikevaihtoasetus”) 2 §:n mukaisesti. Jos ennen yrityskauppaa yksinomaista määräysvaltaa käyttänyt osakas jää käyttämään yhteistä määräysvaltaa uusien osakkaiden kanssa, yhteisyrityksen perustajia ja siten ilmoitusvelvollisia ovat kaikki yhteisen määräysvallan käyttäjät.

(iii) Yhteisen määräysvallan käyttäjä vaihtuu tai määräysvallan rakenne muutoin muuttuu

Ilmoitusvelvollisuus otsikossa mainitussa tilanteessa syntyy, jos yhteisen määräysvallan käyttäjien lukumäärä lisääntyy tai määräysvallan käyttäjän tilalle tulee toinen yritys. Esimerkiksi konsernin emoyhtiön siirtymisen tytäryhtiönsä tilalle käyttämään määräysvaltaa ei kuitenkaan johda muutokseen määräysvallan rakenteessa eikä ilmoitettavaan yrityskauppaan. Yhteisen määräysvallan käyttäjien lukumäärän väheneminen, muissa kuin yksinomaiseen määräysvaltaan tai osakkaan vaihtumiseen johtavissa yrityskaupoissa, ei yleensä synnyttä ilmoitusvelvollisuutta.

Yhteisen määräysvallan muutostilanteissa määräysvallan hankkijoina ja siten ilmoitusvelvollisina pidetään kaikkia niitä osakkaita, jotka järjestelyn seurauksena jäävät käyttämään yhteisyrityksessä yhteistä määräysvaltaa. Ilmoitusvelvollisuus syntyy yhteisen määräysvallan käyttäjälle, vaikka esimerkiksi sen omistusosuudessa ei tapahtuisi järjestelyn seurauksena muutoksia.

(iv) Yhteinen määräysvalta muuttuu yksinomaiseksi määräysvallaksi

Yhteinen määräysvalta muuttuu yksinomaiseksi silloin, kun yhteisyrityksen osakas tai osakkaat luopuvat osakkuudestaan ja jäljelle jäänyt osakas saa yksinomaisen määräysvallan. Määräysvallan hankkijana ja siten ilmoitusvelvollisena pidetään yksinomaista määräysvaltaa käyttämään jäävää osakasta.

3.5.4 Itsenäinen taloudellinen kokonaisuus

(i) Johdanto

Yhteisyrityksen on pääsääntöisesti³² täytettävä kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan hoitamista koskeva kriteeri, jotta se kuuluisi yrityskauppavalvonnan piiriin.

(ii) Operatiivinen johto ja riittävät resurssit

Yrityskauppavalvonnan piiriin kuuluvalla yhteisyrityksellä on operatiivinen itsemääräämisoikeus sekä itsenäisen toiminnan edellyttämät taloudelliset ja aineelliset resurssit. Operatiivinen itsemääräämisoikeus ei tarkoita sitä, että osakasyhteisöt eivät voisi vaikuttaa yhteisyrityksen strategiisiin ratkaisuihin. Itsenäisellä yhteisyrityksellä on pääsääntöisesti oma henkilökunta (myös oma operatiivinen johto ja markkinointi- ja myyntihenkilöstö), toimitilat (tuotanto-, varasto- ja myyntitilat) ja itsenäinen rahoitusasema.

(iii) Perustajayhtiöiden ja yhteisyrityksen välinen suhde

Yrityskauppavalvontasäännösten soveltamisalaan kuuluvien yhteisyritysten on hoidettava itsenäisesti samankaltaiset tehtävät kuin muiden vastaavilla markkinoilla toimivien yritysten. Yhteisyritys ei ole itsenäinen taloudellinen kokonaisuus silloin, jos yhteisyrityksen liiketoiminta on pitkäaikaisesti perustajayhtiöstä riippuvaista.

Jos yhteisyrityksen tehtävänä on ainoastaan perustajien liiketoiminnan avustaminen, kuten esimerkiksi perustajayritysten tutkimus ja tuotekehitys, kyse ei ole yrityskauppavalvonnan piiriin kuuluvasta yhteisyrityksestä. Perustajayhtiöiden tehtävien ulkoistamista varten perustettuja yhteisyrityksiä arvioitaessa kiinnitetään itsenäisen ja aktiivisen markkinoilla toimimisen lisäksi huomiota myös siihen, onko markkinoilla

³² Yrityskauppavalvontasäännökset saattavat soveltua myös epäitsenäisiin yhteisyrityksiin, jos se hankkii liiketoimintaa kolmansilta. Myös epäitsenäisen yhteisyrityksen purkaminen saattaa aiheuttaa ilmoitusvelvollisuuden syntymisen erityisesti silloin, jos yhteisyritykseen aikanaan sijoitetut omaisuusarvot vaihtavat yhteisyrityksen purkauksessa omistajaa.

muita yhteisyrityksen liiketoimintaan erikoistuneita yrityksiä. Muiden yritysten toimintaa yhteisyrityksen markkinoilla voidaan pitää yhtenä osoituksena siitä, ettei yhteisyritys hoida ainoastaan perustajayhtiöiden liiketoiminnan osa-aluetta.

Yhteisyrityksen ja perustajayhtiön välisen osto- tai myyntitoiminnan laajuus voi merkitä sitä, ettei yhteisyritys ole yrityskauppavalvonnan soveltamisalaan kuuluva itsenäinen yhteisyritys. Arvioinnissa on ratkaisevaa se, mikä on perustajan ostojen ja myyntien osuus suhteessa ostoihin tai myynteihin kolmansille. Jos yhteisyrityksen myynnistä yli puolet menee kolmansille, voidaan sitä pitää yhteisyrityksen itsenäisyyden puolesta puhuvana seikkana.³³ Jos emoilta tehtyjen ostojen arvo lisääntyy vain vähän yhteisyrityksessä, saattaa itsenäisyyden kriteeri jäädä täyttymättä. Arvioinnissa kiinnitetään huomiota myös siihen, vastaavatko perustajan ja yhteisyrityksen välisen kaupan ehdot yleisesti noudatettuja kaupallisia ehtoja. Yhteisyrityksen toiminnan ensimmäisinä vuosina laaja perustajan ja yhteisyrityksen keskinäinen osto- tai myyntitoiminta ei kuitenkaan estä yrityskauppavalvontasäännösten soveltamista. Tällaisen aloitusvaiheen pituus ei saisi kuitenkaan pääsääntöisesti ylittää kolmea vuotta.

Jos yhteisyritys toimii perustajayhtiön tarjoamien hyödykkeiden hankinta- tai jakeluketjussa, ei perustajayhtiön ja yhteisyrityksen keskinäisen kaupan pitkäaikaisuus ja laajuus ehdottomasti merkitse yhteisyrityksen jäämistä yrityskauppavalvonnan ulkopuolelle. Perustajayhtiön ja yhteisyrityksen keskinäisen kaupan pitkäaikaisuus ja määrän suuruus voi johtua esimerkiksi siitä, että kyseessä olevien hyödykkeiden tarjonta tai kysyntä on keskittynyt perustajayhtiöille. Arvioinnissa kiinnitetään keskinäisen kaupan suuruuden syiden ohella huomiota siihen, mikä on keskinäisen liikesuhteen merkitys liiketoiminnalle. Raaka-aineiden ja muiden tuotantopanosten osalta tarkastellaan erityisesti perustajalta tai yhteisyritykseltä hankitun tuotantopanoksen osuutta siitä valmistetun hyödykkeen myyntihinnasta. Mitä suurempi merkitys keskinäisellä kaupalla on liiketoiminnalle ja mitä vähemmän hyödykkeen arvo kasvaa perustajan ja yhteisyrityksen välisessä hankinta- tai jakeluketjussa, sitä todennäköisempää on, ettei yhteisyritys ole lain tarkoittamalla tavalla itsenäinen. Jos yhteisyritys toimii perustajayhtiöiden valmistamien tuotteiden myyntiyhtiönä, yhteisyritys ei pääsääntöisesti kuulu yrityskauppavalvonnan piiriin. Jos sen sijaan myyntiä harjoittava yhteisyritys hoitaa kuitenkin tavanomaisia myyntiyhtiön tehtäviä ja hankkii huomattavan osan tavarantoimituksistaan muilta kuin perustajayhtiöiltä ja jos mark-

³³ Jos myynti kolmansille jää alle 50 %:n, on tehtävä tapauskohtainen analyysi. Tällöin kiinnitetään erityistä huomiota siihen, käykö yhteisyritys kauppaa emoyhtiöidensä kanssa tavanomaisilla markkinaehdoilla.

kinoilla on muita tuotteiden myyntiin ja jakeluun erikoistuneita yrityksiä, voidaan yhteisyritykseen soveltaa yrityskauppavalvontasäännöksiä. Jos yhteisyritys käyttää yhden tai useamman perustajayhtiön jakeluverkkoa tai myyntitiloja, ei yhteisyritys välttämättä menetä asemaansa perustajayhtiöstä riippumattomana yhteisyrityksenä, jos perustajayhtiöt toimivat ainoastaan yhteisyrityksen edustajina.

3.5.5 Järjestelyn pysyvyys

Yrityskauppavalvontasäännösten piiriin kuuluva yhteisyritys on perustettu harjoittamaan liiketoimintaansa pitkäaikaisesti tai jatkuvasti. Yhteisyritykselle annetut resurssit yleensä osoittavat sen, että järjestely on pysyvä. Yhteisyrityksen purkamista tai siitä vetäytymistä koskevat määräykset eivät sinänsä merkitse sitä, että yhteisyrityksen toimintaa ei voitaisi pitää pysyvänä. Jos sopimuksessa määrätään yhteisyrityksen kestoajasta, ajan on oltava niin pitkä, että se saa aikaan rakenteellisen muutoksen markkinoilla. Yhteisyrityksen toiminnan ei yleensä katsota olevan pysyvää, jos se perustetaan harjoittamaan liiketoimintaa vain muutamaksi vuodeksi. Komission tapauskäytännössä noin 10–15 vuoden pituista aikaa on pidetty riittävänä. Yksittäisissä tapauksissa myös tätä lyhyemmäksi ajaksi perustettua yhteisyritystä voidaan pitää luonteeltaan pysyvänä. Yrityskauppavalvontasäännöksiä ei sovelleta esimerkiksi tietyn hankkeen toteuttamista varten perustettuun yhteisyritykseen. Yhteisyrityksen toimintaa ei voida pitää pysyvänä myöskään silloin, jos sen toiminnan käynnistäminen on riippuvainen kolmansien osapuolten vielä täytäntöön panemattomista päätöksistä. Esimerkkinä tällaisesta tilanteesta voidaan mainita toiminnan käynnistämisen edellyttämät toimitukset.

3.5.6 Yhteisyrityksen toimintojen muutokset

Yhteisyritys voi laajentaa toimintaansa hankkimalla emoilta omaisuutta tai oikeuksia. Tällainen toiminnan laajentaminen saattaa johtaa tilanteeseen, jossa kyse on uudesta ilmoitettavasta yrityskaupasta. Tämä edellyttää muiden ilmoitettavalle yrityskaupalle asetettujen kriteerien täyttymistä. Jos yhteisyrityksen toimintaa laajennetaan ilman muun omaisuuden, sopimusten, taitotiedon tai oikeuksien siirtoa, kyse ei ole uudesta ilmoitettavasta yrityskaupasta.

Epäitsenäinen yhteisyritys voi muuttua kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan hoitavaksi itsenäiseksi yhteisyritykseksi toiminnan muuttuessa, esimerkiksi sen aloittaessa tuotteiden

myynnin merkittävässä määrin muille kuin emoilleen. Tällaisessa tapauksessa järjestely on ilmoitettava muiden edellytysten täytyessä Kilpailuvirastolle.

3.5.7 Yrityskauppavalvonnan piiriin kuulumattomat yhteisyritykset

Jos yhteisyritys ei pysyvästi huolehdi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä, yhteisyritykseen liittyvä järjestely ei kuulu yrityskauppavalvonnan piiriin ja järjestelyyn liittyviä kilpailunrajoituksia arvioidaan kilpailulain 5–7 §:n³⁴ mukaisesti.

Yrityskauppavalvontasäännökset saattavat soveltaa myös epäitsenäisiin yhteisyrityksiin, jos ne hankkivat liiketoimintaa kolmansilta.³⁵ Myös epäitsenäisen yhteisyrityksen purkaminen saattaa aiheuttaa ilmoitusvelvollisuuden syntymisen.³⁶

3.5.8 Markkinakäyttäytymistä koskevat yhteistyöjärjestelyt

Yhteisyrityksiin liittyvissä järjestelyissä on huomattava, että pelkästään elinkeinonharjoittajien markkinakäyttäytymistä säänteleviä sopimus- ja yhteistyöjärjestelyjä arvioidaan liitännäisrajoituksia lukuun ottamatta yrityskauppavalvonnasta erillisessä menettelyssä kilpailulain 5–7 §:n säännösten³⁷ mukaisesti. Kilpailunrajoitukset voidaan katsoa liitännäisrajoituksiksi, jos ne välittömästi liittyvät yrityskauppavalvonnan piiriin kuuluvaan yhteisyritysjärjestelyyn ja ovat sen toteuttamiseksi välttämättömiä.³⁸

3.6 Erityiskysymyksiä

3.6.1 Välillinen hankinta

Määräysvalta voidaan hankkia myös välillisesti esimerkiksi toteuttamalla hankinta yhteisyrityksen avulla.³⁹ Määräysvallan hankkijoina voidaan pitää yhteisyrityksen osakasyhteisöjä, jos yhteisyritystä käytetään niiden toteuttaman hankinnan välikappaleena eikä hankinnan muodollisesti toteuttava yhteisyritys ole kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksi-

34 Jos kilpailunrajoitus voi vaikuttaa merkittävästi EU:n jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, sovelletaan myös Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 ja 102 artikloja.

35 Ks. tarkemmin 3.6.1 Välillinen hankinta.

36 Tämä on tilanne erityisesti silloin, jos yhteisyritykseen aikanaan sijoitetut omaisuus-erät vaihtavat yhteisyrityksen purkauksessa omistajaa.

37 Jos kilpailunrajoitus voi vaikuttaa merkittävästi EU:n jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, sovelletaan myös Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 ja 102 artikloja.

38 Ks. VII Yrityskaupan liitännäisrajoitukset.

39 HE 243/1997 (hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kilpailunrajoituksista annetun lain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta), 11 §:n 1 momentin 1 kohdan yksityiskohtaiset perustelut.

kölle kuuluvan toiminnan hoitava yhteisyritys. Määräysvallan hankkijaa määriteltäessä otetaan huomioon erityisesti yhteisyrittäjän perustamisen tarkoitus, sen toiminnan käynnistyminen, itsenäinen taloudellinen toiminta ja muut taloudelliset tosiseikat, jotka kertovat siitä, onko yhteisyrittäjän järjestelyn tosiasiallinen osapuoli.

3.6.2 Konsernin sisäinen järjestely

Kilpailulain 21 §:n 2 momentin mukaan säännöksiä yrityskauppavalvonnasta ei sovelleta saman lainkohdan 1 momentissa tarkoitettuun konsernin sisäiseen järjestelyyn. Jos siis yrityskauppa tehdään samaan konserniin kuuluvien yhtiöiden välillä, kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevat säännökset eivät sovellu. Konsernin sisäisestä järjestelystä ei kuitenkaan ole kyse tilanteessa, jossa hankkija hankkii konsernin ulkopuoliselta taholta loput konserniinsa kuuluvan yhtiön osakkeista, ja sen seurauksena esimerkiksi osakassopimukseen perustunut yhteinen määräysvalta purkautuu. Tällöin markkinoilla tapahtuu rakenteellinen muutos, ja kyseessä on lain 21 §:n 1 momentissa tarkoitettu yrityskauppa.

3.6.3 Kahden vuoden sääntö

Yrityskauppa saatetaan toteuttaa siten, että määräysvalta tai liiketoiminta taikka sen osa hankitaan useammassa erässä. Näistä tilanteista säädetään kilpailulain 24 §:n 4 momentissa. Liikevaihtoa laskettaessa hankinnan kohteen liikevaihtoon luetaan hankintaa edeltävän kahden vuoden aikana samalta yhteisöltä hankitun liiketoiminnan liikevaihto. Merkitystä ei ole sillä, onko yrityskaupan kohteena aiemmin ollut oikeushenkilö vai ainoastaan esimerkiksi tietyt toiminnot. Säännöksen tarkoituksena on varmistaa, että lain mukaista ilmoitusvelvollisuutta ei voida välttää jakamalla yrityskauppa useiksi erillisiksi järjestelyiksi. Hankinnan kohteen liikevaihdon laskemisessa otetaan huomioon kaikki samalta yritysryhmältä tehdyt hankinnat. Yrityskaupan ilmoitusvelvollisuutta ei voida kiertää esimerkiksi niin, että ensimmäisessä kaupassa myyjänä toimii emoyhtiö ja jälkimmäisessä kaupassa tytäryhtiö. Vastaavasti otetaan huomioon sekä hankkijan että myös sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien tahojen hankinnat samalta yritysryhmältä edellisen kahden vuoden aikana.

III Liikevaihdon laskeminen

1 Yleistä

Kilpailulain yrityskauppasäännösten yhtenä soveltamisen edellytyksenä on, että lain 22 §:n mukaiset liikevaihdon kynnyksarvot ylittyvät. Toimivaltajako Kilpailuviraston ja Euroopan komission välillä ratkeaa niin ikään liikevaihtorajojen perusteella. Komission toimivaltaan kuuluvien keskittymien liikevaihtorajoista säädetään EY:n sulautuma-asetuksen 1 artiklassa.

Kilpailulain 22 §:n mukaan säännöksiä yrityskauppavalvonnasta sovelletaan yrityskauppaan, jossa yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu liikevaihto ylittää 350 miljoonaa euroa ja jossa vähintään kahden yrityskaupan osapuolen Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää kummankin osalta 20 miljoonaa euroa. Yrityskaupan osapuolet on määritelty kilpailulain 21 §:n 3 momentissa.

Tarkentavia säännöksiä liikevaihdon laskemisesta on annettu liikevaihtoasetuksessa. Tämän luvun tarkoituksena on selventää ongelmallanteita, joita liikevaihdon laskemisessa voi ilmetä.

Yrityskaupan osapuolten on määriteltävä tarkkaan liikevaihtoon luettavat tuotot liikevaihtoasetuksen mukaisesti erityisesti silloin, kun ratkaisulla on merkitystä liikevaihtorajojen täyttymisen kannalta.

2 Liikevaihdon määritelmä

2.1 Johdanto

Kilpailulain 22 ja 24 §:ssä liikevaihdolla tarkoitetaan yhteisön maailmanlaajuisia, viimeksi laadittuun tilinpäätökseen perustuvia, sen varsinaisen toiminnan myyntituottoja, joista on vähennetty myönnetty alennukset sekä arvonnisävero ja muut välittömästi myynnin määrään perustuvat verot siten kuin kirjanpitolaissa (1336/1997) säädetään⁴⁰ (liikevaihtoasetuksen 1 §:n 1 momentti).

Luottolaitosten, sijoituspalveluyritysten ja muiden rahoituslaitosten sekä vakuutus- ja eläkelaitosten kilpailulain mukaisen liikevaihdon määrittelyä käsitellään jäljempänä kohdassa 2.7 Luottolaitokset, sijoituspalveluyritykset ja vakuutusyhtiöt.

⁴⁰ Kilpailuvirasto on tulkintakäytännössään katsonut, että myös autovero on liikevaihtoasetuksen mukainen vähennyskelpoinen vero. Tämä tulkinta vastaa myös Euroopan komission käytäntöä.

2.2 Viimeksi laadittu tilinpäätös

Tilinpäätöksen päiväyksestä ja allekirjoittamisesta säädetään kirjanpitolain 3 luvun 7 §:ssä. Mainitun säännöksen mukaisesti tilinpäätös on päivättävä ja kirjanpitovelvollisen on se allekirjoitettava. Jos kirjanpitovelvollinen on yhteisö tai säätiö, sen hallituksen tai vastuunalaisten yhtiömiesten ja toimitusjohtajan tai vastaavassa asemassa olevan henkilön on allekirjoitettava tilinpäätös.

Liikevaihdon laskemisessa käytetään lähtökohtana yrityskaupan ilmoitusvelvollisuuden synnyttävää toimenpidettä edeltävää viimeksi vahvistettua tilinpäätöstä. Näin ollen, jos yhtiön tilikausi on kalenterivuosi ja yhtiö tekee yrityskaupan (allekirjoittaa yrityskauppasopimuksen) 1. tammikuuta 2010, käytetään liikevaihdon laskemisessa vuodelta 2008 vahvistettua tilinpäätöstä, vaikka vuoden 2009 tilinpäätös vahvistettaisiin vielä ennen yrityskaupan täytäntöönpanoa. Liikevaihtoa voidaan tosin oikaista jäljempänä esitettyjen perusteiden mukaisesti.⁴¹

2.3 Varsinainen toiminta

Varsinaiseksi toiminnaksi, jonka tuotot sisällytetään liikevaihtoon, katsotaan yrityksen tarkoitusta toteuttava jatkuva ja suunnitelmallinen tuotteiden tai palveluiden myynti tai toiminta, joka on tosiasiallisesti vakiintunut kirjanpitovelvollisen varsinaiseen toimintaan liittyväksi.⁴² Käsitteen sisältö vastaa kirjanpitolain liikevaihtoa tai sitä vastaavaa tuottoa. Jatkossa puhuttaessa liikevaihdosta tarkoitetaan myös sitä vastaavaa tuottoa.

2.4 Liikevaihtoon sisällytettävät tuottoerät

2.4.1 Yleistä

Osakeyhtiölaissa määritelty konsernin käsite ei ole sama kuin kilpailulain 24 §:n mukainen yritysryhmän käsite. Sen vuoksi kirjanpitolain 6 luvun 2 ja 3 §:n mukaisesti laadittu konsernitilinpäätös ei välttämättä sisällä kaikkia kilpailulain 24 §:n mukaisia yrityskaupan osapuolen liikevaihtoon luettavia eriä.

Liikevaihtoon sisällytetään varsinaisesta toiminnasta saadut myyntituotot. Vakiintunut käytäntö on lukea esimerkiksi kaikki vaihto-omaisuudesta saadut vastikkeet liikevaihtoon. Kysymys ei ole pelkästään

⁴¹ Ks. 2.5. Liikevaihdon oikaiseminen tietyissä tapauksissa.

⁴² Varsinaisen toiminnan käsitteen osalta viitataan kirjanpitolautakunnan ratkaisukäytäntöön.

myyntituotoista, vaan varsinaisen toiminnan tuotot voivat olla esimerkiksi vuokratuottoja.⁴³

Liikevaihdoksi lasketaan kilpailulain 22 §:n pääsäännön ja liikevaihtoasetuksen 1 §:n mukaiset tuottoerät. Yhteisön oma, tilinpäätöksessä omaksuttu tulkinta liikevaihtoon kuuluvista eristä ei ole ratkaiseva. Käytännössä voi syntyä tulkintatilanteita esimerkiksi siitä, merkitäänkö tietty tuloerä tuloslaskelmakaavan liikevaihtoon, liiketoiminnan muihin tuottoihin tai esimerkiksi satunnaisiin tuottoihin. Yhteisön tilinpäätöksessä ilmoitettu liikevaihto ei muun muassa näiden määrittelyongelmien vuoksi aina välttämättä vastaa kilpailulaissa ja liikevaihtoasetuksessa tarkoitettua liikevaihtoa.

2.4.2 Läpikulkuerät

Kirjanpitosäännösten mukaan liikevaihtoon ei lueta niin sanottuja läpikulkueriä, joille luonteenomaista on, että ne eivät vaikuta välittömästi kirjanpitovelvollisen tulonmuodostukseen; kirjanpitovelvollinen laskuttaa ne edelleen sellaisenaan, samoilla perusteilla ja samalla hinnalla, ja niillä ei miltään osin pyritä myyntikatteen saamiseen.

Esimerkiksi matkatoimiston liikevaihtoa on sen itse järjestämistä matkoista kertyvä liikevaihto sellaisenaan. Toisten tuotteita välittävien matkatoimistojen liikevaihtoon luetaan näistä matkatoimistolle jäävä myyntipalkkio. Liikevaihtoa ovat myös matkatoimiston muista säännöllisesti välittämistä palveluista saamat myyntipalkkiot (esimerkiksi matkavakuutukset).

2.4.3 Julkiset tuet

Yritykselle myönnetty julkinen tuki luetaan liikevaihtoon kirjanpitoa koskevien sääntöjen mukaisesti. Tuki tai korvaus sisällytetään liikevaihtoon, jos se on myönnetty yritysten tavanomaista toimintaa varten, yritys on itse tuen saaja, tuki vaikuttaa suoraan hinnanmuodostukseen, se on saatu varsinaisen suoritetuotannon vastikkeena ja se liittyy suoranaisesti hyödykkeen myynnin toteutumiseen.

2.5 Liikevaihdon oikaiseminen tietyissä tapauksissa

2.5.1 Tilikausi poikkeaa 12 kuukaudesta

Liikevaihtoasetuksen 1 §:n 2 momentin mukaisesti liikevaihto oikaitaan vastaamaan 12 kuukauden liikevaihtoa, jos tilikausi on ollut tätä ly-

⁴³ Näin on esimerkiksi kiinteistöyhtiöiden kohdalla.

hyempi tai pidempi. Jos tilikausi on esimerkiksi pidennetty 18 kuukauden, oikaisu tapahtuu siten, että liikevaihto jaetaan 18:lla, jonka jälkeen se kerrotaan 12:lla.

2.5.2 Yrityskaupoista johtuvat oikaisut

Liikevaihdolla kuvataan yrityskauppaan käytännössä liittyviä taloudellisia resursseja ja osapuolten todellista taloudellista asemaa yrityskaupan tekemisen hetkellä. Jos viimeksi vahvistetun tilinpäätöksen mukainen liikevaihto ei anna oikeaa kuvaa näistä taloudellisista voimavaroista, on liikevaihtoa oikaistava.

Yrityskaupan osapuoli on saattanut tilikauden päättymisen jälkeen luovuttaa tai hankkia liiketoimintaa. Luovutetun liiketoiminnan liikevaihto vähennetään yrityskaupan osapuolen viimeksi vahvistetun tilinpäätöksen mukaisesta liikevaihdosta ja hankitun liiketoiminnan liikevaihto vastaavasti lisätään osapuolen viimeksi vahvistetun tilinpäätöksen mukaiseen liikevaihtoon. Lisääminen ja vähentäminen tehdään kuitenkin vain niiden yrityskauppojen osalta, jotka on pantu täytäntöön ennen ilmoitettavan yrityskaupan tekemistä⁴⁴ (eli ennen ilmoitusvelvollisuuden synnyttävää toimea), ellei hankinta tai luovutus ole ilmoitettavan yrityskaupan edellytys.

Liikevaihtoa tulee oikaista myös sellaisten järjestelyjen osalta, jotka on pantu täytäntöön viimeksi vahvistetun tilinpäätöksen kattaman tilikauden aikana, mutta joiden vaikutusta liikevaihtoon ei ole voitu kokonaisuudessaan ottaa huomioon kyseisessä tilinpäätöksessä. Näissä tapauksissa tilinpäätöstietoja on oikaistava, jotta vahvistetun tilinpäätöksen mukaisesta liikevaihdosta voidaan vähentää luovutettujen ja lisätä hankittujen liiketoimintojen kerryttämä liikevaihto kyseisellä tilikaudella. Yrityksen vahvistetun tilinpäätöksen mukaisesta liikevaihdosta on siis vähennettävä luovutettujen liiketoimintojen tilikauden aikana tuottama liikevaihto ja siihen on lisättävä hankittujen liiketoimintojen tilikauden aikana tuottama liikevaihto kokonaisuudessaan.

Mitä tässä yhteydessä on sanottu liiketoiminnan luovutuksesta, koskee myös liiketoiminnan lakkauttamista.

44 Näin ollen kilpailunrajoituslain aikainen käytäntö, jonka mukaan yrityskaupasta tehty sitova sopimus tai sitä vastaava ilmoitusvelvollisuuden synnyttävä kilpailunrajoituslain 11 c §:n mukainen toimi ennen ilmoitusvelvollisuuden arvioinnin kohteena olevasta yrityskaupasta sopimista ei enää riitä, vaan ratkaisevaa on, onko yrityskauppa myös pantu täytäntöön. Uudistuksen tavoitteena on yhdenmukaistaa kansallinen käytäntö vastaamaan EU-lainsäädäntöä.

2.6 Yhteenlasketusta liikevaihdosta vähennettävät erät

Liikevaihtoasetuksen 1 §:n 4 momentin mukaisesti liikevaihdosta on vähennettävä yrityskaupan osapuolen ja siihen kilpailulain 24 §:n 1 tai 3 momentin mukaisessa suhteessa olevan yhteisön tai säätiön välinen liikevaihto.⁴⁵ Liikevaihdon vähentäminen koskee vain yritysryhmän sisäisiä liiketoimia. Siten liikevaihdosta ei vähennetä yrityskaupan osapuolten välisestä tavaroiden ja palvelujen myynnistä saatua liikevaihtoa. Yritysryhmän sisäisten liiketoimintojen vähentäminen ei koske liikevaihtoasetuksen 3 §:n mukaisia määräysvallan muutostilanteita. Tämä johtuu siitä, että yhteisessä määräysvallassa oleva yhteisö on järjestelyssä osapuoli ja sen liikevaihto lasketaan siten kuin määräysvallan hankinnan kohteen liikevaihdon laskemisesta on säädetty.

2.7 Luottolaitokset, sijoituspalveluyritykset ja vakuutusyhtiöt

Kilpailulain 22 §:n 2 momentin 1 kohdan mukaan liikevaihdolla tarkoitetaan luottolaitosten, sijoituspalveluyritysten ja muiden rahoituslaitosten, joihin sovelletaan luottolaitostoiminnasta annetun lain (121/2007) 9 luvun säännöksiä, mainitun lain mukaisesti laaditun tuloslaskelman mukaisten tuottoerien yhteenlaskettua määrää. Tuottoeria ovat Finanssivalvonnan standardin 3.1 Tilinpäätös ja toimintakertomus, liitteen 1 mukaisesti korkotuotot, leasingtoiminnan nettotuotot, tuotot oman pääoman ehtoista sijoituksista, palkkiotuotot, arvopaperikaupan ja valuuttatoiminnan nettotuotot, myytävissä olevien rahoitusvarojen nettotuotot, suojauslaskennan nettotulos, sijoituskiinteistöjen nettotuotot ja liiketoiminnan muut tuotot.

Finanssivalvonnan standardin 3.1, liitteen 2 mukaan sijoituspalveluyritysten tuottoeria ovat palkkiotuotot, arvopaperikaupan ja valuuttatoiminnan nettotuotot, tuotot oman pääoman ehtoista sijoituksista, korkotuotot, myytävissä olevien rahoitusvarojen nettotuotot, suojauslaskennan nettotulos, sijoituskiinteistön nettotuotot ja muut liiketoiminnan tuotot. Sijoituspalveluyrityksen kilpailulain mukainen liikevaihto saadaan siis suoraan tuloslaskelman erästä ”Sijoituspalvelutoiminnan tuotot”.

Edellä mainittuja liikevaihdon laskemissäntöjä noudatetaan myös ulkomaisen luottolaitoksen ja sijoituspalveluyrityksen kilpailulain mukaisen liikevaihdon laskemisessa, jos siihen suomalaisena luottolaitoksena ja sijoituspalveluyrityksenä sovellettaisiin luottolaitostoiminnasta

⁴⁵ Näin ollen esimerkiksi hankinnan kohteen ja myyjän välistä liikevaihtoa ei voida vähentää hankinnan kohteen liikevaihdosta.

annettua lakia. Luottolaitostoiminnasta annetun lain piiriin kuuluvien yhteisöjen määrittely vastaa luottolaitosten liiketoiminnan aloittamisesta ja harjoittamisesta annettua direktiiviä 2006/48/EY (“luottolaitosdirektiivi”). Kilpailulain 22 §:n 2 momentin 1 kohdan mukainen luottolaitoksen ja sijoituspalveluyrityksen liikevaihdoksi katsottavien tuottoerien määrittely noudattaa pankkien ja muiden rahoituslaitosten tilinpäätöksestä ja konsolidoidusta tilinpäätöksestä annettua direktiiviä (86/635/ETY).

IFRS-tilinpäätöksen laativa luottolaitos tai sijoituspalveluyritys laskee liikevaihdon vastaavia osatekijöitä käyttäen, vaikka tuloslaskelmarivistä on käytetty eri nimikkeitä. Liikevaihto tulee olla johdettavissa suoraan tuloslaskelman eristä sekä siihen liittyvistä liitetietoeristä. (Ks. Finanssivalvonnan standardi 3.1, luku 9.4.2 Taloudellista kehitystä kuvaavat sekä osake- ja osuuskuntakohtaiset tunnusluvut, s. 104–106.)

Vakuutusyhtiöiden (henki-, vahinko- ja työeläkevakuutusyhtiöiden) kilpailulain mukaisesti liikevaihdoksi lasketaan vakuutusmaksutulo ja eläkesäätiöiden osalta maksutulo sekä eläkekassan osalta vakuutusmaksutulo. Vakuutusmaksutulo lasketaan Finanssivalvonnan antamien määräysten mukaisesti.⁴⁶ Säännösten vakuutusmaksutulon määrittely vastaa vakuutusyritysten tilinpäätöksistä ja konsolidoiduista tilinpäätöksistä annettua direktiiviä (91/674/ETY).

Jos luottolaitos, sijoituspalveluyritys ja muu rahoituslaitos, johon sovelletaan luottolaitostoiminnasta annetun lain 9 luvun säännöksiä tai vakuutus- ja eläkelaitos tai eläkesäätiö käyttää määräysvaltaa yhteisössä, joka harjoittaa muuta kuin kilpailulain 22 §:n 2 momentissa määriteltyä toimintaa, kyseisestä muusta toiminnasta saatu liikevaihto luetaan edellä mainittujen yhteisöjen tuottoerien yhteenlaskettuun määrään, vakuutusmaksutuloon tai maksutuloon. Näin ollen mainittujen yhteisöjen liikevaihtona voi tulla huomioon otetuksi muitakin kuin mainitun erityislainsäädännön mukaisia tuottoeria.

Liikevaihtoasetuksen 1 §:n 3 momentin mukaan liikevaihdosta tulee vähentää tai siihen lisätä tilikauden päättymisen jälkeen luovutetun tai hankitun liiketoiminnan liikevaihto. Vakuutusyhtiöiden vakuutusmaksutuloa ja eläkesäätiöiden maksutuloa sekä eläkekassan vakuutusmaksutuloa laskettaessa otetaan siten huomioon vahvistetun tilinpäätöksen mukaisen tilikauden jälkeen, mutta ennen ilmoitettavaa yrityskauppaa

⁴⁶ Ks. Finanssivalvonnan määräys- ja ohjekokoelma vakuutusyhtiöille, työeläkevakuutusyhtiöille, vakuutusyhdistyksille, vakuutusomistusyhteisöille, kolmannen maan vakuutusyhtiöiden sivuliikkeille ja lailla perustetuille eläkelaitoksille 1.10.2008 (Dnro 2/002/2008), määräys- ja ohjekokoelma eläkesäätiöille 14.12.2007 (Dnro 4/002/2007) sekä määräys- ja ohjekokoelma eläkekassoille 14.12.2007 (Dnro 4/002/2007).

tapahtuneet vakuutusmaksutuloon ja maksutuloon vaikuttavat vakuutuskannan luovutukset ja vastuun siirrot. Yksittäisiin jälleenvakuutus-sopimuksiin liittyvät siirrot otetaan vastaavasti huomioon, mikäli ne voidaan katsoa liiketoiminnan tai sen osan hankinnaksi tai luovutukseksi.

Tuottoja vakuutusyhtiöiden sijoituksista, jotka koskevat esimerkiksi osakkeita, arvopapereita, kiinteätä omaisuutta tai muita kohteita ei laske-ta mukaan vakuutusyhtiöiden vakuutusmaksutuloon, elleivät sijoitukset johda määräysvallan hankkimiseen ao. yhteisöissä. Määräysvallan hankkimiseen johtavissa järjestelyissä määräysvallan hankinnan kohteen lii-kevaihto on lisättävä vakuutusyhtiön vakuutusmaksutuloon.

3 Yrityskauppojen eri tyypit liikevaihdon laskemisessa

3.1 Yleistä

Yrityskaupan toteuttamistapa vaikuttaa yrityskaupan osapuolten ja niil-le kohdistettavan liikevaihdon määrittelyyn. Yrityskauppojen eri tyyppi-jä on käsitelty edellä jaksossa II.3 (Kilpailuvirastolle ilmoitettavat yritys-kaupat). Seuraavassa käydään lyhyesti läpi eräitä yrityskaupan osapuolten tunnistamiseen liittyviä arviointiperusteita sekä yrityskaupan osapuolten kilpailulain mukaisen liikevaihdon määrittämiseen liittyviä kysymyksiä.

3.2 Määräysvallan hankkiminen

Määräysvallan voi hankkia yksi tai useampi yhteisö. Hankinnan kohtee-na voi puolestaan olla yksi tai useampi yhteisö. Liikevaihtoa laskettaes-sa yrityskaupan osapuolia ovat lähtökohtaisesti määräysvallan hankkija ja hankinnan kohde. Erityisesti yksinomaisen määräysvallan hankin-nan ollessa kyseessä yrityskaupan osapuolten määrittäminen on yleensä melko suoraviivaista.

Yhteisen määräysvallan hankintaa sekä (yhteisessä) määräysvallassa tapahtuvia muutoksia liikevaihdon laskemisen kannalta käsitellään tar-kemmin jäljempänä alajaksossa 3.5 (Yhteisyrietykset).

3.3 Liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen

Tilanteissa, joissa hankitaan liiketoiminta tai liiketoiminnan osa, yritys-kaupan osapuolia ovat liikevaihtoa laskettaessa liiketoiminnan tai sen osan hankkija ja kohteena oleva hankittava liiketoiminta tai sen osa.

3.4 Sulautuminen

Kun kyseessä on absorptiosulautuminen, ovat yrityskaupan osapuolia liikevaihtoa laskettaessa vastaanottava yhteisö ja sulautuva yhteisö.

Kombinaatiosulautumisessa yrityskaupan osapuolia ovat vastaanot-tavan yhteisön perustavat sulautuvat yhteisöt.

3.5 Yhteisyritykset

3.5.1 Yhteisyrityksen perustaminen

Kun on kyse kilpailulain 21 §:n 1 momentin 4 kohdan mukaisesta uuden yhteisyrityksen perustamisesta yrityskaupan osapuolia ovat liikevaihtoa laskettaessa yhteisyrityksen perustavat yhteisöt⁴⁷.

3.5.2 Yhteisen määräysvallan hankkiminen

Jos yritykset hankkivat yhteisen määräysvallan jo olemassa olevassa yri-tyksessä tai liiketoiminnassa siten, ettei yksikään määräysvallan hank- kijoista ole aiemmin käyttänyt hankinnan kohteessa yksinomaista tai yhteistä määräysvaltaa, yrityskaupan osapuolina pidetään toisaalta niitä yrityksiä, jotka hankkivat yhteisen määräysvallan, ja toisaalta hankinnan kohteena olevaa yritystä tai liiketoimintaa.

3.5.3 Yksinomaisen määräysvallan muuttuminen yhteiseksi määräysvallaksi

Jos aiemmin perustettu yhteisö on ollut yksinomaisessa määräysvallassa ja yksi tai useampi uusi osakas hankkii siihen yhteisen määräysvallan si- ten, että alkuperäinen osakas jää käyttämään siinä yhdessä uusien osak- kaiden kanssa yhteistä määräysvaltaa, järjestelyä pidetään liikevaihtoase- tuksen 2 §:n mukaisesti yhteisyrityksen perustamisena. Näin syntyneen yhteisyrityksen perustajina, ja siten liikevaihdon laskemisen kannalta yrityskaupan osapuolina, pidetään sekä aiemmin yksinomaista mää- räysvaltaa käyttänyttä yhteisöä että määräysvallan hankkivaa yhteisöä.

Liikevaihtoa laskettaessa määräysvallan hankinnan kohteena olevan yhteisön liikevaihto luetaan kokonaisuudessaan aiemmin yksinomaista määräysvaltaa käyttäneen yhteisyrityksen perustajan liikevaihtoon. Liike- vaihto lasketaan kuten uuden yhteisyrityksen perustamisen tilanteessa.

⁴⁷ Yhteisyrityksen (määräysvaltaa käyttävät) osakkaat.

3.5.4 Yhteinen määräysvalta muuttuu yksinomaiseksi määräysvallaksi

Sellaisissa tilanteissa, joissa yhteinen määräysvalta muuttuu yksinomaiseksi määräysvallaksi, ovat yrityskaupan osapuolia liikevaihtoa laskettaessa yksinomaista määräysvaltaa käyttämään jäävää yhteisö määräysvallan hankkijana sekä yhteisö, jossa määräysvaltaa käytetään, hankinnan kohteena.

Määräysvaltaa käyttämään jäävän yhteisön liikevaihtoon ei lueta hankinnan kohteen liikevaihtoa. Kohteena olevan yhteisön liikevaihtoa ei siten jaeta määräysvallan suhteessa aiemmin yhteistä määräysvaltaa käyttäneiden yhteisöjen kesken.

Liikevaihdosta ei myöskään vähennetä yhteistä määräysvaltaa käyttäneiden ja määräysvallan kohteena olleen yhteisön välistä liikevaihtoa.

3.5.5 Yhteisen määräysvallan käyttäjä vaihtuu tai määräysvallan rakenne muuttuu

Sellaisissa tilanteissa, joissa yhteisen määräysvallan käyttäjä vaihtuu tai määräysvallan rakenne muuttuu, ovat yrityskaupan osapuolia jäljelle jääneet yhteistä määräysvaltaa käyttävät osakkaat määräysvallan hankkijoina ja yhteisyritys hankinnan kohteena.

Määräysvaltaa käyttämään jäävien liikevaihtoon ei lueta hankinnan kohteeksi katsotun yhteisön liikevaihtoa. Kohteena olevan yhteisön liikevaihtoa ei siten jaeta tasan aiemmin yhteistä määräysvaltaa käyttäneiden yhteisöjen kesken.

Liikevaihdosta ei myöskään vähennetä yhteistä määräysvaltaa käyttäneiden ja määräysvallan kohteena olleen yhteisön välistä liikevaihtoa.

3.5.6 Määräysvallan hankkiminen yhteisyrityksen kautta

Sellaisissa tilanteissa, joissa määräysvalta hankitaan siten, että yhteisyritystä käytetään osakasyhteisöjen toteuttaman hankinnan välineenä, määräysvallan hankkijoina voidaan pitää yhteisyrityksen sijasta sen osakasyhteisöjä.⁴⁸ Tällöin yrityskaupan osapuolia ovat yhteisyrityksen osakasyhteisöt kukin erikseen yhteisen määräysvallan hankkijoina ja hankinnan kohde.

Jos määräysvallan hankkijana on kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan hoitava yhteisyritys eli yritys, jolla on riittävät taloudelliset ja muutkin voimavarat liiketoiminnan harjoittamiseksi pysyvästi ja yritys jo toimii markkinoilla, yrityskaupan osapuolia ovat

⁴⁸ Ks. myös edellä II.3.6.1. Välillinen hankinta.

yleensä yhteisyritys määräysvallan hankkijana ja hankinnan kohde. Tällöin yhteisyrityksen liikevaihtoon luetaan myös sen emoyhtiöiden yritysyhtymien liikevaihdot kilpailulain 24 §:n mukaisesti.

4 Yrityskaupan osapuolten liikevaihdon määräytyminen

Kun yrityskaupan osapuolet on määritetty, niiden liikevaihdot lasketaan kilpailulain 24 §:n ja liikevaihtoasetuksen mukaisesti. Määräysvallassa olevien yhteisöjen liikevaihtoa koskevaa lain 24 §:n sääntöä selvitetään seuraavassa.

Määräysvallan hankkijan, liiketoiminnan tai sen osan hankkijan, absorptiosulautumisessa vastaanottavan yhteisön, kombinaatiosulautumisessa sulautuvan yhteisön ja yhteisyrityksen perustajan liikevaihtoon luetaan sellaisen yhteisön liikevaihto, joka käyttää edellä mainituissa yhteisöissä määräysvaltaa ja jossa edellä mainittu yhteisö itse käyttää määräysvaltaa. Liikevaihtoon luetaan myös edellä mainitussa yhteisöissä määräysvaltaa käyttävän yhteisön määräysvallassa olevan muun yhteisön liikevaihto sekä luonnollisen henkilön, joka käyttää määräysvaltaa edellä mainituissa yhteisöissä, määräysvallassa olevan yhteisön tai säätiön liikevaihto.

Hankkijan liikevaihtoon luetaan myös sen määräysvaltaa vastaava osa⁴⁹ sellaisen yhteisön liikevaihdosta, jossa hankkija tai siihen lain 24 §:n 1 tai 3 momentin mukaisessa suhteessa oleva yhteisö käyttää yhteistä määräysvaltaa yrityskaupan osapuolen tai muun yhteisön kanssa.

Hankinnan kohteen liikevaihtona pidetään määräysvallan hankinnan kohteena olevan yhteisön liikevaihtoa, hankittavan liiketoiminnan tai sen osan liikevaihtoa ja absorptiosulautumisessa sulautuvan yhteisön liikevaihtoa. Jos yrityskauppa toteutetaan siten, että hankitaan yhden tai useamman yrityksen osa, huomioon otetaan vain hankittuihin osiin liittyvä liikevaihto.

Määräysvallan hankinnan kohteen tai sulautuvan yhteisön liikevaihtoon luetaan mukaan sellaisen yhteisön liikevaihto, jossa hankinnan kohde käyttää suoraa (tytäryhtiö) tai välillistä määräysvaltaa (tytäryhtiön tytäryhtiö) sekä hankinnan kohteen määräysvaltaa vastaava osa sellaisten yhteisyritysten liikevaihdosta, jossa hankinnan kohde tai siihen lain 24 §:n 3 momentin mukaisessa suhteessa oleva yhteisö käyttää yhteistä määräysvaltaa yrityskaupan osapuolen tai muun yhteisön kanssa.

⁴⁹ Ks. tarkemmin 6.2 Yhteisyrityksen liikevaihdon jakaminen eräissä tapauksissa.

5 Liikevaihdon maantieteellinen kohdentaminen

Kilpailulain 22 §:ssä yrityskaupan ilmoitusvelvollisuus on edellä mainitulla tavalla kytketty siihen, että osapuolten Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää tietyt raja-arvot. Liikevaihtoasetuksessa todetaan Suomesta kertyneen liikevaihdon sisältävän ne yrityskaupan osapuolen myyntituotot, jotka ovat kertyneet tavaroiden myynnistä ja palveluiden tarjoamisesta Suomessa. Liikevaihto kohdennetaan sen mukaan, mikä on *asiakkaan sijaintipaikka* kaupanteon hetkellä.⁵⁰

Sekä tuotteiden että palvelujen osalta liikevaihto on siis yleissäännön mukaan kohdennettava paikkaan, jossa asiakas sijaitsee. Peruseriaatteen mukaan *liikevaihto kohdennetaan paikkaan, jossa yritys kilpailee muiden tavarantoimittajien kanssa*. Tämä on yleensä myös se paikka, jossa sopimuksenmukainen toiminta tapahtuu eli paikka, jossa palvelu todellisuudessa tarjotaan ja tavara toimitetaan.

Tavaroiden myynnissä voi syntyä tilanteita, joissa asiakkaan sijaintipaikka kauppasopimuksen tekohetkellä poikkeaa laskutusosoitteesta ja/ tai tavaroiden toimituspaikasta. Näissä tapauksissa kauppasopimuksen tekopaikka ja tavaroiden toimituspaikka ovat yleensä tärkeämpiä kuin laskutusosoite.

Palvelujen tarjonnassa tärkein on paikka, jossa palvelu tarjotaan asiakkaalle. Jos palveluntarjoaja tai asiakas liikkuu paikasta toiseen, liikevaihto kohdennetaan määränpään perusteella eli paikkaan, jossa palvelu todellisuudessa tarjotaan asiakkaalle.⁵¹ Jos palvelun tarjoaminen ei edellytä palveluntarjoajan eikä asiakkaan liikkumista paikasta toiseen, liikevaihto kohdennetaan yleensä asiakkaan sijaintipaikkaan.

Palvelujen tarjoamisen osalta liikevaihdon maantieteellistä kohdentamista on kotimaisessa ratkaisukäytännössä arvioitu markkinaoikeuden ratkaisussa dnro 580/08/KR.⁵² Kyseisessä ratkaisussa markkinaoikeus hyväksyi Kilpailuviraston näkemyksen, jonka mukaan asiassa oli kyse suomalaisille asiakkaille tarjottavasta palvelusta, eikä se, minä maalaisen yrityksen kanssa jakelusopimus on allekirjoitettu tai missä satelliitin lähetin sijaitsee, muuta sitä tosiasiaa, että kilpailu Suomen maksutelevisiomarkkinoilla käydään Suomessa.

⁵⁰ Liikevaihdon maantieteellistä kohdentamista arvioitaessa ei siten pääsääntöisesti ole ratkaisevaa se, missä tavara tai palvelu käytetään tai hyödynnetään.

⁵¹ Lentoliikenteen osalta ks. esim. komission päätös 27.6.2007, COMP/M.4439 - Ryanair/Aer Lingus, ja sen alaviitteessä 12 mainitut päätökset.

⁵² Markkinaoikeuden päätös 30.10.2009, Dnro 580/08/KR.

Kilpailuviraston tulkintakäytännössä on tehty liikevaihdon maantieteellisestä kohdentamisesta muun muassa seuraavanlainen yksittäistausta koskeva tulkinta:

Rajan ylittävän henkilökuljetuksen osalta Kilpailuvirasto on katsonut kilpailun tapahtuvan siellä missä asiakas on. Asiakkaan katsottiin olevan lähtöpaikassa siitä riippumatta, missä hän lipun ostohetkellä fyysisesti oli. Kyseisessä tapauksessa osa lipuista ostettiin Internetin kautta, jolloin asiakas ei välttämättä ollut fyysisesti lähtöpaikassa. Lipusta saatu tulo kohdistettiin siten kokonaisuudessaan siitä maasta kertyväksi, josta asiakas lähti ja sille yritykselle, jolta lippu ostettiin. Tähän ratkaisuun päädyttiin, vaikka rajan ylittävän osan matkasta hoitikin toinen yritys, jolle lipun myynyt yritys tuloutti komissiota lukuun ottamatta koko sen liikennöimän osuuden lipputulosta.

6 Liikevaihdon laskemisen erityiskysymyksiä

6.1 Luonnolliset henkilöt

Määräysvallan hankkijana voi olla myös luonnollinen henkilö. Luonnollisen henkilön liikevaihdoksi luetaan myös hänen määräysvallassaan olevan yhden tai useamman yhteisön tai säätien liikevaihto.

6.2 Yhteisyrityksen liikevaihdon jakaminen eräissä tapauksissa

Jos yrityskaupan osapuoli tai siihen kilpailulain 24 §:n 1 tai 3 momentin mukaisessa suhteessa oleva yhteisö käyttää yhteistä määräysvaltaa toisen yrityskaupan osapuolen tai tähän 24 §:n 1 tai 3 momentin mukaisessa suhteessa olevan yhteisön kanssa tai muun yhteisön kanssa, yhteisessä määräysvallassa olevan yhteisön liikevaihto jaetaan tasan kaikkien yhteistä määräysvaltaa käyttävien yhteisöjen kesken (liikevaihtoasetuksen 4 §). Liikevaihdosta vähennetään lisäksi liikevaihtoasetuksen 1 §:n 4 momentin mukaisesti yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen keskinäisen kaupan liikevaihto.

Liikevaihtoasetuksen 4 §:n säännös ei koske asetuksen 3 §:n mukaisia määräysvallan muutostilanteita. Niissä yhteisessä määräysvallassa oleva yhteisö on hankinnan kohteena.

6.3 Julkisyhteisöihin liittyvät yrityskaupat

Kun määräysvallan hankkija ja hankinnan kohde ovat molemmat saman julkisoikeudellisen yhteisön omistuksessa, katsotaan toimenpide yleensä sisäiseksi uudelleenjärjestelyksi, jos sekä hankkija että kohde ovat osa

samaa taloudellista yksikköä. Jos hankkija ja kohde sen sijaan kuuluvat erillisiin taloudellisiin yksiköihin, joilla molemmilla on itsenäinen päätösvalta, katsotaan toimenpide kilpailulain mukaisesti yrityskaupaksi. Jos hankkijalla ja kohteella molemmilla on toimenpiteen jälkeenkin itsenäinen päätösvalta, katsotaan toimenpide ainoastaan sisäiseksi uudelleenjärjestelyksi, vaikka ne molemmat tulisivat toimenpiteen seurauksena olemaan saman yksikön, esimerkiksi holding-yhtiön, omistuksessa.

Jos julkisyhteisö käyttää oikeuksiaan julkisena viranomaisena yleisen edun turvaamiseksi, eikä pyrkiäkseen esimerkiksi vaikuttamaan yhteisön liiketoimintapäätöksiin, eivät nämä oikeudet tarkoita kilpailulain mukaisen määräysvallan olemassaoloa, paitsi jos niiden tavoitteena tai vaikutuksena on saattaa julkisyhteisö sellaiseen asemaan, jossa sillä on ratkaiseva vaikutusvalta yrityksen toiminnassa.

Liikevaihtoasetuksen 5 §:n mukaan julkisyhteisön elinkeinotoiminnan liikevaihtoon ja julkisyhteisön määräysvallassa olevan yhteisön liikevaihtoon luetaan mukaan saman julkisyhteisön harjoittaman muun elinkeinotoiminnan ja julkisyhteisön määräysvallassa olevien yhteisöjen liikevaihdot, jos julkisyhteisö yhteensovittaa näiden taloudellista päätöksentekoa.

Ensimmäinen keskeinen peruste julkisyhteisön harjoittaman muun elinkeinotoiminnan tai sen määräysvallassa olevien muiden yhteisöiden liikevaihdon huomioon ottamiselle on, että julkisyhteisö *tosiasiallisesti yhteensovittaa* yrityskaupan osapuolena olevan elinkeinotoiminnan tai yhteisön ja harjoittamansa muun elinkeinotoimintansa tai muiden yhteisöidensä liiketoimintaa ja kilpailukäyttäytymistä.

Toinen huomioon otettava seikka on *itsenäinen päätöksentekovalta*. Yrityskaupan osapuolena olevan yhteisön liikevaihtoa laskettaessa tulee siten ottaa huomioon kaikki ne yhteisöt ja elinkeinotoiminnat, jotka muodostavat sellaisen taloudellisen kokonaisuuden, jolla on itsenäinen päätöksentekovalta, riippumatta näiden yhteisöjen pääoman hallintatavasta tai niihin sovellettavista hallinnollista valvontaa koskevista säännöistä.

6.4 Kahden vuoden sääntö

Jos liiketoimintaa hankitaan useammassa erässä, hankinnan kohteen liikevaihtoon luetaan hankintaa edeltävän kahden vuoden aikana samalta yhteisöltä tai säätiöltä tai tämän kanssa kilpailulain 24 §:n mukaisesti samaan yritysryhmään kuuluvalta taholta hankitun liiketoiminnan liikevaihdot riippumatta siitä, ovatko hankitut osat oikeushenkilöitä vai eivät.⁵³ Vastaavasti säännöstä sovellettaessa otetaan huomioon sekä hank-

⁵³ Ks. myös edellä II.3.6.3. Kahden vuoden sääntö.

kijan että myös sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien tahojen hankinnat samalta yritysryhmältä edellisen kahden vuoden aikana.

Hankinnan kohteen liikevaihtoon luetaan yrityskauppaa edeltävän kahden vuoden aikana samalta yhteisöltä hankittujen yhteisöjen liikevaihdot siitä riippumatta, onko yrityskauppa tutkittu Kilpailuvirastossa.

Kahden vuoden säännön soveltamisessa otetaan huomioon määräysvallan hankkiminen, yhteisen määräysvallan hankkiminen, yhteisyri-tyksen perustaminen, liiketoiminnan tai sen osan hankkiminen ja sulautuminen.

Vaikka jo aikaisemmin hankittu liiketoiminta voi liikevaihtoasetuk- sen 1 §:n 3 momentin mukaisesti sisältyä hankkijan liikevaihtoon, lisä- tään se kahden vuoden sääntöä sovellettaessa myös hankinnan kohteen liikevaihtoon.

6.5 Muu kuin euromääräinen liikevaihto

Yrityksen vuotuinen liikevaihto on muunnettava euroiksi käyttäen ky- seisten 12 kuukauden keskikurssia.⁵⁴ Samaa menetelmää sovelletaan, jos yritys käy kauppaa useilla eri valuutoilla. Vahvistetusta tilinpäätöksestä saatu, yritysryhmän käyttämässä valuutassa ilmaistu liikevaihto muun- netaan euromääräiseksi edellä mainittua 12 kuukauden keskikurssia käyttäen. Vahvistettuun tilinpäätökseen perustuvat vuotuiset liikevaihtoluvut tulee muuntaa sellaisenaan eikä niitä saa jakaa neljännesvu- oittaisiksi tai kuukausittaisiksi liikevaihtoiksi, jotka sitten muunnettai- siin yksitellen.

⁵⁴ Tietoa vaihtokursseista löytyy mm. Euroopan keskuspankin kuukausikatsauksista.

IV Ilmoitusmenettely

1 Ilmoitusvelvollisuuden alkaminen

Kilpailulain 23 §:n mukaan yrityskauppa on ilmoitettava Kilpailuvirastolle sopimuksen tekemisen, määräysvallan hankkimisen tai arvopaperimarkkinalain 6 luvun 3 §:n mukaisen julkisen ostotarjouksen julkistamisen jälkeen, mutta kuitenkin ennen sen täytäntöönpanoa. Yrityskauppa voidaan myös ilmoittaa Kilpailuvirastolle heti, kun osapuolet voivat osoittaa riittävällä varmuudella aikomuksensa tehdä yrityskauppa. Riittävä varmuus aikomuksesta yrityskaupan tekemiseen voidaan osoittaa esimerkiksi kaikkien sopimusosapuolten allekirjoittamalla aiesopimuksella tai niin sanotulla yhteisymmärryspöytäkirjalla sekä julkisella ilmoituksella ostotarjouksen tekemisestä. Suunnitelman tulee olla riittävän konkreettinen, jotta Kilpailuvirasto voi sen perusteella aloittaa yrityskaupan tutkimisen.

Lisäksi on syytä huomioida, että Kilpailuvirastolla ei ole velvollisuutta tutkia yrityskauppoja, jotka eivät ole julkisia. Tällaisissa tapauksissa käsittelymääräajat eivät ala kulua, vaikka yrityskauppa ilmoitettaisiin muuten asianmukaisesti.⁵⁵

Kilpailulain 23 §:n 2 momentti sisältää erityissäännöksen sellaisten yrityskauppojen osalta, joihin sovelletaan vakuutuslainsäädäntöä.⁵⁶ Nämä yrityskaupat on ilmoitettava Kilpailuvirastolle, kun yrityskaupan osapuolet ovat saaneet tiedon Finanssivalvonnan suostumuksesta tai siitä, ettei Finanssivalvonta vastusta kauppaa. Ilmoitusta ei kuitenkaan tarvitse tehdä, jos Finanssivalvonta on pyytänyt lausunnon Kilpailuvirastolta ja Kilpailuvirasto on ilmoittanut lausunnossaan, ettei yrityskaupan hyväksymiselle ole estettä. Ilmoitus on tehtävä, jos lausunnossa todetaan, ettei yrityskauppaa voida sellaisenaan hyväksyä.

2 Käsittelyn kesto

2.1 Käsittelymääräajat

Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan Kilpailuvirasto tutkii yrityskauppaa koskevan ilmoituksen välittömästi. Kuukauden kuluessa käsittelyn alkamisesta (ns. ensimmäisen vaiheen selvitys) Kilpailuvirasto an-

⁵⁵ Hallituksen esitys eduskunnalle kilpailulaiksi (HE 88/2010), 23 §:n yksityiskohtaiset perustelut.

⁵⁶ Yrityskaupat, joihin sovelletaan työeläkevakuutusyhtiöistä annetun lain (354/1997) 3 tai 10 luvun säännöksiä, eläkesäätiölain (1774/1995) 11 luvun säännöksiä tai vakuutuskassalain (1164/1992) 12 luvun säännöksiä.

taa yrityskaupasta päätöksen, jolla se voi hyväksyä yrityskaupan tai siirtää sen jatkoselvitykseen (ns. toisen vaiheen selvitys). Jos kilpailuvirasto ei anna päätöstä jatkoselvitykseen ryhtymisestä kuukauden kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi.

Jatkoselvitykseen siirretään sellaiset yrityskaupat, joilla ensimmäisen vaiheen selvityksissä on havaittu voivan olla haitallisia kilpailuvaiikutuksia. Jatkoselvityksessä yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ja niiden merkittävyyttä selvitetään tarkemmin. Jatkoselvitys voi kilpailulain 26 §:n 2 momentin mukaan kestää enimmillään kolme kuukautta. Markkinaoikeus voi pidentää tätä määräaika enintään kahdella kuukaudella.⁵⁷

2.2 Määräaikojen laskeminen

Ilmoitus katsotaan annetuksi sinä päivänä, jolloin Kilpailuvirasto on sen virka-aikana vastaanottanut.⁵⁸ Ilmoituksen saapumisesta Kilpailuvirastoon alkaa kilpailulain 26 §:n mukainen ensimmäisen vaiheen selvitys. Kilpailulaissa tarkoitetut yrityskaupan käsittelemiseksi säädettyt määräajat lasketaan kalenterikuukausina. Yhden kuukauden pituinen määräaika alkaa kulu ilmoituksen saapumisesta Kilpailuvirastoon. Määräaika päättyy kuukauden kuluttua, järjestysnumeroltaan vastaavana päivänä virka-ajan päättyessä.⁵⁹ Jos kyseisessä kuukaudessa ei ole tätä päivää, määräaika päättyy kuukauden viimeisenä päivänä. Jos ilmoitus on saapunut Kilpailuvirastoon esimerkiksi lokakuun 31. päivänä virka-ajan päättymiseen mennessä, yhden kuukauden määräaika päättyy marraskuun 30. päivänä. Mikäli päättymispäivä on lauantai tai pyhäpäivä, määräaika päättyy seuraavana arkipäivänä. Toisen vaiheen selvityksen kolmen kuukauden pituisen määräajan kuluminen alkaa siitä, kun Kilpailuvirasto on tehnyt päätöksen jatkoselvitykseen ryhtymisestä. Määräajan alkamista ja päättymistä koskevat samat yleiset säännöt kuin yhden kuukauden määräajan laskemista.

2.3 Käsittelemääräaikojen jatkaminen

Kilpailuvirasto voi kilpailulain 26 §:n 3 momentin perusteella pidentää käsittelemääräaikoja, jos yrityskaupan osapuolet tai niihin lain 24 §:n 1–3 momentin mukaisessa suhteessa olevat eli samaan yritysryhmään kuuluvat tahot eivät toimita Kilpailuviraston pyytämiä yrityskaupan sel-

⁵⁷ Ks. tarkemmin 2.4 Jatkoselvityksen määräajan pidentäminen.

⁵⁸ Virka-ajan päättymisen on määritelty asetuksessa valtion virastojen aukioloajasta 332/1994. Asetuksen 1 §:n mukaan valtion virastot ovat auki arkipäivinä kello 8.00–16.15.

⁵⁹ Kilpailulain määräajat lasketaan säädettyjen määräaikojen laskemisesta annetun lain (150/1930) mukaisesti. Komissiolle ilmoitettavissa yrityskaupoissa määräajat sen sijaan lasketaan työpäivien perusteella.

vittämisen kannalta merkityksellisiä tietoja asetetussa määräajassa tai toimittavat tiedot olennaisesti puutteellisina tai virheellisinä.⁶⁰ Säännös on ensisijaisesti tarkoitettu sovellettavaksi tapauksiin, joissa yritys tahallisesti jättää tiedot toimittamatta tai toimittaa ne puutteellisina tai virheellisinä. Vaikka säännös koskee yrityskaupan osapuolten lisäksi niiden koko yritysryhmää, vaadittavat tiedot pyydetään myös yrityskaupan osapuolilta. Tietyissä erityistilanteissa tietojen toimittaminen ilmoituksessa ei ole ilmoitusvelvollisen määrättävissä. Esimerkkinä tällaisesta tilanteesta voidaan mainita vihamielinen ostotarjous. Määräaikoja voidaanakin pääsääntöisesti jatkaa vain silloin, kun on kyse tiedoista, jotka ilmoitusvelvollinen voi Kilpailuvirastolle toimittaa. Kolmansien tahojen tietojen toimittamiseen liittyvät laiminlyönnit eivät johda määräaikojen jatkamiseen.

Kilpailuvirasto asettaa selvityspyynnössään määräajan, jonka kuluessa selvitys on toimitettava Kilpailuvirastolle. Määräajan jatkamisesta koskeva säännös tulee sovellettavaksi, jos määräaika on kulunut umpeen, eikä pyydettyjä tietoja ole toimitettu tai ne on toimitettu olennaisesti puutteellisina tai virheellisinä. Kilpailuvirasto pyytää tällöin puuttuvat tiedot päätöksellä, jossa se samalla ilmoittaa, että käsittelymääräaika tullaan pidentämään. Lain 26 §:n 3 momentin mukaisissa tilanteissa määräaika jatketaan samalla määrällä päiviä, kuin mitä tietojen toimitaminen myöhästyy niiden toimittamiselle alun perin asetetusta määräpäivästä. Myös se päivä, jolloin tiedot toimitetaan Kilpailuvirastolle, pidentää alkuperäistä käsittelymääräaika. Asiakirjan katsotaan saapuneen sinä päivänä, kun se on toimitettu Kilpailuvirastoon virka-aikana. Myös lauantai, sunnuntai ja arkipyhät pidentävät alkuperäistä käsittelymääräaika. Saatuaan pyytämänsä tiedot Kilpailuvirasto ilmoittaa yrityskaupan ilmoittajalle, kuinka paljon alkuperäistä käsittelymääräaika jatketaan.

Käsittelymääräaikojen pidentämiseen liittyvät muutoksenhakua koskevat säännökset sisältyvät kilpailulain 44 §:ään, jonka 1 momentin mukaan Kilpailuviraston lain 26 §:n 3 momentin nojalla antamasta päätöksestä jatkaa käsittelymääräaikoja ei saa erikseen valittaa, vaan valitus on tehtävä pääasiasta valitettaessa.

2.4 Jatkoselvityksen määräajan pidentäminen

Markkinaoikeus voi Kilpailuviraston hakemuksesta pidentää jatkoselvityksen kolmen kuukauden määräaika enintään kahdella kuukaudella.

⁶⁰ Ks. myös jäljempänä 6 Ilmoitusvelvollisuuden täyttämättä jättäminen ja puutteellinen ilmoitus.

Kilpailuviraston hakemus käsittelymääräajan pidentämiseksi on hyvin poikkeuksellinen toimenpide.

Määräaikaa voidaan sanotulla tavalla pidentää esimerkiksi kilpailulain 25 §:n 3 momentissa tarkoitettujen ehtojen selvittämiseksi tai sen johdosta, että ilmoituksen tehnyt elinkeinonharjoittaja on kilpailuviraston käsittelyn loppuvaiheessa ilmoittanut muuttavansa alkuperäistä yrittyskauppajärjestelyä tavalla, joka edellyttää lisäselvitysten tekemistä Kilpailuvirastossa. Jos ilmoituksen tehnyt elinkeinonharjoittaja vastustaa määräajan pidentämistä, määräaikaa voidaan pidentää vain painavasta syystä.

3 Toimitettavat tiedot ja asiakirjat

Elinkeinoharjoittajan tulee ilmoittaa yrityskauppa valtioneuvoston 1.9.2011 antaman ilmoitusvelvollisuusasetuksen (1012/2011) mukaisesti. Ilmoituksessa on annettava kaikki asetuksessa tarkoitetut tiedot, ellei Kilpailuvirasto ole myöntänyt lievennyksiä ilmoitusvelvollisuudesta. Ilmoituksen tulee noudattaa asetuksen liitteen mukaista numerointia ja otsikointia. Ilmoitettavia tietoja ei tule korvata viittauksilla liiteasiakirjoihin, vaan ilmoituksen keskeisen sisällön tulee ilmetä varsinaisessa ilmoituksessa. Ilmoitettujen tietojen on oltava oikeita ja täsmällisiä. Ilmoitus on toimitettava Kilpailuvirastolle. Ilmoitus rekisteröidään saapuneeksi sinä arkipäivänä, jona Kilpailuvirasto on sen vastaanottanut virka-aikana.⁶¹ Ilmoitus toimitetaan osoitteeseen:

*Kilpailuvirasto
Yrittyskauppavalvonta
(käyntiosoite) Pitkänsillanranta 3
PL 332, 00531 Helsinki
kirjaamo@kilpailuvirasto.fi*

Ilmoituksesta ja sitä tukevista asiakirjoista toimitetaan Kilpailuvirastolle yksi alkuperäinen kappale ja neljä jäljennöstä sekä sähköinen versio. Ilmoitus tulee laatia suomen tai ruotsin kielellä.⁶² Pääsääntöisesti ilmoituksen liiteasiakirjat voivat olla myös englanninkielisiä. Erityisen tärkeistä tai tulkinnanvaraisista liitteistä Kilpailuvirasto voi velvoittaa ilmoitusvelvollisia toimittamaan suomen- tai ruotsinkielisen käännöksen. Ilmoitusvelvollisen tulee selkeästi yksilöidä sekä ilmoituksen että sen liitteiden sisältämät mahdolliset liikesalaisuudet. Ilmoituksesta on

⁶¹ Ks. alaviite 58.

⁶² Kielilaki 423/2003.

lisäksi suositeltavaa toimittaa myös sellainen sähköinen versio, josta liikesalaisuudet on poistettu.

4 Ilmoitusvelvollisuuden sisältöä koskeva valtioneuvoston asetus

Valtioneuvoston ilmoitusvelvollisuusasetuksen liitteessä on määrätty tiedot, jotka ilmoituksessa tulee antaa. Asetuksessa käytetään monissa kohdissa ilmaisua ”yrityskaupan osapuoli”. Sillä ei tarkoiteta yrityskaupan ostajaa ja myyjää, vaan esimerkiksi määräysvallan hankkijaa ja hankinnan kohdetta. Osapuolet määritellään tarkemmin kilpailulain 21 §:n 3 momentissa. Seuraavassa on täydentäviä huomautuksia joihinkin asetuksen liitteenä olevan ilmoituskaavan kohtiin. Kappaleen jaottelu ja numerointi noudattavat asetuksen mukaista järjestystä.

4. Yrityskauppa

Kohdassa 4.1 on kuvattava yrityskaupan oikeudellinen toteuttamismuoto kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1-4 kohtien mukaista yrityskauppojen luokittelua käyttäen.

Kohdan 4.2 mukaisesti ilmoituksessa on oltava lyhyt kuvaus yrityskauppajärjestelystä, kuten sen taloudellisesta ja rahoituksellisesta rakenteesta, järjestelyä koskevasta liiketoiminnasta sekä järjestelyä edeltävästä ja sen jälkeisestä omistuksen ja määräysvallan rakenteesta. Ilmoituksessa on annettava myös lyhyt kuvaus niistä taloudellisista ja muista tekijöistä, jotka ovat johtaneet järjestelyyn, järjestelyn taloudellisista perusteista sekä järjestelyn tavoitteista.

Järjestelyn taloudellisen rakenteen osalta pyydetään selvittämään lyhyesti ne omaisuuserät, jotka järjestelyssä siirretään tavoitellun lopputuloksen aikaansaamiseksi. Rahoituksellisen rakenteen osalta ilmoitetaan, millä tavalla kauppa rahoitetaan (esimerkiksi osakkeiden ostaminen, osakkeiden vaihto jne.). Ilmoituksessa ei sen sijaan tarvitse ilmoittaa, mistä varat esimerkiksi osakkeiden hankintaan on saatu. Tämä johtuu siitä, että kohdan 4 mukaista yrityskaupan kuvausta on tarkoitus käyttää liikesalaisuuksien poistamisen jälkeen mahdollisessa asian vireilläolosta ilmoittamisessa, asianosaisten kuulemisessa sekä lausuntojen hankkimisessa kilpailijoilta, asiakkailta tai tavarantoimittajilta.

Mikäli yrityskaupassa hankitaan liiketoimintaa, tulee kohdassa 4.3 lisäksi esittää lyhyt selvitys yrityskaupan kohteena olevista toimitiloista, koneista, henkilökunnasta, immateriaalioikeuksista yms.

Kohdan 4.4 alakohdissa ilmoitetaan yhteisyritystä koskevia tietoja. Tiedot annetaan kaikissa yhteisyrityksiä koskevissa ilmoituksissa, vaikka kyse ei olisi uuden yhteisyrityksen perustamisesta. Siten 4.4 kohdan tiedot ilmoitetaan, kun esimerkiksi yhteisessä määräysvallassa tapahtuu muutoksia. Kohdassa 4.4 tulee mm. selvittää, mihin yhteinen määräysvalta perustuu, yhteisyrityksen toiminnallinen itsenäisyys ja pysyvyys, osakkaiden ja yhteisyrityksen väliset sopimukset ja muut liikesuhteet, perustajien uudelle yhteisyritykselle luovuttamat liiketoiminnot ja resurssit, perustettavan yhteisyrityksen hyödyketarjonta ja maantieteelliset toiminta-alueet sekä yhteisyrityksen tärkeimmät asiakkaat ja tavaran toimittajat.

5. Liikevaihtotiedot

Kilpailulain 24 §:ssä liikevaihdolla tarkoitetaan yhteisön viimeksi laadittuun tilinpäätökseen perustuvia, sen varsinaiseen toimintaan kuuluvia myyntituottoja vähennettynä myönnettyillä alennuksilla sekä arvonalisverolla ja muilla välittömän myynnin määrään perustuvilla veroilla. Liikevaihdon laskemisesta on annettu tarkentavia määräyksiä valtioneuvoston liikevaihtoasetuksessa.

Jos liikevaihtoa on oikaistu liikevaihtoasetuksen 1 §:n mukaisesti sen vuoksi, että tilikausi poikkeaa 12 kuukaudesta tai tilikauden jälkeen on tehty yrityskauppa, oikaisun tavasta ja perusteista on tehtävä selvitys kohdan 5.3 mukaisesti. Oikaisemisen perusteina esitetään selvitys yrityskaupasta ilmoittamalla kaupan osapuolet, antamalla lyhyt kuvaus yrityskaupasta sekä liittämällä ilmoitukseen selvitykset kaupan kohteen liikevaihdosta.

Kohdassa 5.4 tulee ilmoittaa yrityskaupan osapuolten ja niiden yritysryhmiin kuuluvien yhteisöjen ja säätiöiden varsinaista toimintaa varten saatu julkinen taloudellinen tuki viimeksi päättyneellä tilikaudella, lukuun ottamatta niitä yrityskauppoja, joissa ei ole epäselvyyttä kilpailulain 22 §:ssä asetettujen liikevaihtorajojen ylittymisestä.

Mikäli yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu liikevaihto ylittää 2500 miljoonaa euroa, tulee kohdassa 5.6 esittää lyhyt selvitys siitä, miksi yrityskauppa ilmoitetaan Suomeen, eikä EY:n sulautuma-asetuksen nojalla Euroopan komissioon.

6. Tiedot omistuksista ja määräysvallasta

Kohdassa 6.1 on annettava tiedot yrityskaupan osapuolen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvista yhteisöistä. Yritysryhmän käsite on määritel-

ty ilmoitusvelvollisuusasetuksen liitteen johdanto-osiossa. Jos yhteisöt harjoittavat liiketoimintaa asetuksen liitteen kohdan 7.1 mukaisilla markkinoilla, ilmoituksessa on selvitettävä kunkin yhteisön ja yrityskaupan osapuolen välisen määräysvallan luonne ja toteuttamiskeinot. Kohdassa annetaan selvitys siitä, millä perusteella määräysvaltaa voidaan käyttää esimerkiksi yhtiökokouksessa, hallituksessa taikka yrityksen strategisessa päätöksenteossa.

Kohdassa 6.2 on ilmoitettava yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön kahden viimeisen vuoden aikana hankkimista osuuksista sellaisessa yhteisössä, joka toimii edellä mainittujen kohtien mukaisilla markkinoilla. Tässä kohdassa on ilmoitettava pienetkin osuudet.

Kohdassa 6.3 tulee ilmoittaa kunkin yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen ja säätöiden omistukset, jotka joko erikseen taikka yhdessä oikeuttavat vähintään 10 prosentin osuuteen osakepääomasta tai äänivallasta sellaisessa yhteisössä tai säätiossä, joka toimii 7.1. kohdassa tarkoitetuilla relevanteilla markkinoilla.

Kohdassa 6.4 on ilmoitettava ne yrityskaupan osapuolten ja samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen hallintoelinten tai toiminnallisen johdon jäsenet, jotka ovat vastaavassa asemassa jossakin muussa yhteisössä. Vastaava asema ei tarkoita samaa asemaa, vaan kyseessä voi olla esimerkiksi sellainen tilanne, että henkilö on toisen yhteisön toimitusjohtaja ja puolestaan toisen yhteisön hallituksen jäsen.

7. Markkinat, joihin yrityskauppa vaikuttaa

Kohdan 7 alakohtien tarkoituksena on selvittää, mitkä ovat ne markkinat, joilla yrityskaupan osapuolet toimivat sekä minkälainen kilpailuasema yrityksillä on näillä markkinoilla.

7.1 Relevantit markkinat

Relevanttien markkinoiden määrittelyn tarkoituksena on tunnistaa sellaiset hyödyke- ja maantieteelliset markkinat, jotka ovat yrityskaupan kilpailuvaikutusten kannalta merkitykselliset, toisin sanoen ne hyödykkeet, jotka kilpailevat tai voivat kilpailla yrityskaupan osapuolen tarjoamien hyödykkeiden kanssa. Relevanttien markkinoiden määrittelyä käsitellään tarkemmin tämän tiedonannon kohdassa V.6.

Kohdissa 7.1.1 ja 7.1.2 pyydetään ilmoittamaan sellaiset relevantit hyödykemarkkinat, joihin yrityskauppa vaikuttaa. Yrityskaupan osapuolet

nimeävät tarjoamistaan hyödykkeistä ne, joiden markkinaosuudet ylittävät kyseisten kohtien mukaiset raja-arvot. Osapuolia pyydetään perustelevaan, miksi ilmoitetut hyödykkeet muodostavat relevantit hyödykemarkkinat.

Asetuksen liitteen kohdassa 7.1.1 ilmoitetaan ne markkinat, joilla ainakin kaksi yrityskaupan osapuolta tai niiden kanssa samaan yritysryhmään kuuluvaa yhteisöä harjoittaa liiketoimintaa ja niiden yhteenlaskettu markkinaosuus on vähintään 15 % Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. Yritysryhmän käsite on määritelty asetuksen liitteen alussa. Myös yrityskaupan osapuolen yhteisessä määräysvallassa olevan yrityksen markkinaosuus tulee huomioida. Suomen markkinoiden oleellisena osana voidaan pitää esimerkiksi suurehkoa kaupunkia, taajamaa tai maakuntaa. Kohdassa selvitetään yrityskaupan horisontaalisia vaikutuksia.

Asetuksen liitteen kohdassa 7.1.2 ilmoitetaan sellaiset markkinat, joilla yrityskaupan osapuolen tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön markkinaosuus on vähintään 20 % sellaisten hyödykkeiden hankinta- tai jakelumarkkinoilla, joilla yrityskaupan toinen osapuoli tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluva yhteisö toimii. Kohdassa selvitetään yrityskaupan vertikaalisia vaikutuksia. Asetuksen liitteen kohdassa 7.1.3 ilmoitetaan sellaiset relevantit markkinat, joissa ei ole kyse kahden edellisen kohdan tarkoittamista markkinoista, mutta jotka liittyvät näihin markkinoihin läheisesti joko rinnakkaisina markkinoina tai valmistus- taikka jakeluketjun eri vaiheissa. Markkinat ilmoitetaan, jos ainakin yhdelle yrityskaupan osapuolelle tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvalla yhteisöllä kertyy niiltä liikevaihtoa. Tämän kohdan tarkoituksena on täydentää ilmoituksen kohtia 7.1.1 ja 7.1.2 antamalla kokonaiskuva siitä, minkälaisessa ympäristössä edellä kuvatut markkinat ovat suhteessa muihin markkinoihin. Kohdassa selvitetään yrityskaupan monialavaikutuksia. Tässä kohdassa tulee tarvittaessa ilmoittaa myös syyt, joiden vuoksi läheisten markkinoiden hyödykkeitä ei lueta kohtiin 7.1.1 ja 7.1.2 markkinoihin. Kohdassa selvitetään, miten yrityskaupan osapuoli tai sen yritysryhmään kuuluva yhteisö osallistuu näille markkinoille. Yrityskaupan eri osapuolet saattavat harjoittaa liiketoimintaa eri markkinoilla, jotka kuitenkin liittyvät läheisesti toisiinsa. Toinen osapuoli voi olla esimerkiksi tietokonevalmistaja ja toinen ohjelmistovalmistaja. Myös tällaiset markkinat tulee yksilöidä kohdassa 7.1.3.

7.2 Markkinatiedot

Kohdassa 7.2 käytetään ilmaisua relevantit maantieteelliset markkinat. Niiden arvioinnin lähtökohdan muodostavat yrityskaupan osapuolten toiminta-alue sekä alueet, joilla asiakkailla on realistinen mahdollisuus hankkia kyseisiä hyödykkeitä. Samoilla relevanteilla maantieteellisillä markkinoilla kilpailuolosuhteet ovat riittävän yhtenäiset ja toisaalta ne voidaan erottaa muista maantieteellisistä markkinoista kilpailuolosuhteiden erilaisuuden perusteella. Jos relevantit maantieteelliset markkinat määritellään Suomea laajemmiksi, ilmoitusvelvollisen tulee yksilöidä markkina-alue, jolta markkinatiedot on annettu.

Kohdassa 7.2.2.2 ilmoitetaan sähkömarkkinoilla tapahtuvista yrityskaupoista arvio kunkin yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön siirtoliiketoiminnan valtakunnallisesta osuudesta 400 voltin jännitteellä jakeluverkossa siirretystä sähkön määrästä. Kohdassa on annettava mahdollisimman ajankohtainen tieto. Arviossa on otettava huomioon siirto-osuuksissa tilastointiajankohdan⁶³ jälkeen tehdyt yritysryhmän jakelulaitosten ostot ja muut siirtokapasiteetin hallintaoikeuden muutokset. Osuuksia laskettaessa otetaan huomioon osapuolten tai niiden yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen ja laitosten jakeluverkoissa siirtämän sähkön määrä riippumatta siitä, omistavatko ne verkon vai hallitsevatko ne sitä esimerkiksi vuokra- tai leasing sopimuksen perusteella.

7.2.3 Tärkeimmät kilpailijat

Kohdassa 7.2.3.1 on lueteltava viisi tärkeintä kilpailijaa ja arvioitava niiden markkinaosuudet.

Tiedot annetaan kaikilla kohtien 7.1.1–7.1.3 mukaisilla markkinoilla. Kohdassa on ilmoitettava sekä Suomessa sekä Suomen markkinoita mahdollisesti laajemmilla relevanteilla maantieteellisillä markkinoilla toimivat kilpailijat.

7.2.4 Tärkeimmät asiakkaat ja tavarantoimittajat

Kohdassa 7.2.4.1 on lueteltava viisi tärkeintä asiakasta ja tavarantoimittajaa yhteystietoineen kullakin päätöksen kohtien 7.1.1–7.1.3 mukaisilla markkinoilla sekä osuus (asiakkaan ostojen osuus ja tavarantoimittajan osuus hankinnoista) yrityskaupan osapuolten ja niiden kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen yhteenlasketusta liikevaihdosta.

⁶³ Energiamarkkinaviraston määräys sähköverkkotoiminnan tunnuslukujen julkaisemisesta (1345/01/2005).

7.2.6 Markkinoille tulo, markkinoilta poistuminen ja niihin vaikuttavat tekijät

Kohdassa 7.2.6.2 on arvioitava yleisesti tekijöitä, jotka liittyvät alalle tuloon ja sieltä poistumiseen sekä toiminnan kannattavuuteen. Kohdassa on selvitettävä erityisesti kilpailukykyisen ja merkittävän kilpailijan markkinoille tulosta aiheutuvat kustannustekijät ja niiden arvo / määrä, muodolliset markkinoille tulon esteet (kuten toimiluvat), mahdolliset immateriaalioikeuksista aiheutuvat rajoitukset, mittakaava- ja laajuus-edut, ja pääsy hankintalähteisiin ja myyntikanaviin.

Mikäli markkinoille tulo on ilmoittajan näkemyksen mukaan todennäköistä, tulee kohdassa 7.2.6.3 esittää selvitys niistä elinkeinonharjoittajista (yhteystietoineen), jotka ilmoittajan näkemyksen mukaan ovat todennäköisiä markkinoille tulijoita sekä arvio siitä, kuinka kauan näiden markkinoille tulo todennäköisesti tulee kestämään ja syistä, jotka tekevät kyseisten elinkeinonharjoittajien markkinoille tulon todennäköiseksi.

7.2.7 Muut markkinatiedot

Kohdassa 7.2.7 on ilmoitusvelvollisen arvioitava alakohdissa a) – q) mainittujen tekijöiden merkitystä yrityskaupan kohteena olevan liiketoiminnan kannalta, päätöksen kohtien 7.1.1 ja 7.1.2 mukaisilla markkinoilla toimimisen kannalta ja sen suhteen, mitä vaikutuksia toteutettavalla yrityskauppajärjestelyllä on näissä kohdissa mainittuihin tekijöihin. Kohtaan liittyvien tekijöiden arvioinnista voidaan tarkemmin keskustella Kilpailuviraston kanssa käytävissä ilmoituksen tekemistä edeltävissä neuvotteluissa. Kohdan 7.2.7 tarkoitusta voidaan valaista seuraavalla esimerkillä. Kohta a) koskee markkinoiden kehitysvaihetta sekä tarjonnan ja kysynnän tulevaa kehitystä. Ilmoituksessa arvioidaan ensiksi, miten markkinoiden kehitys on vaikuttanut yrityskaupan tekemiseen, toiseksi miten markkinoiden kehitys yleisesti vaikuttaa alan toimintaan ja rakenteisiin sekä kolmanneksi miten toisaalta yrityskauppa vaikuttaa kehitykseen esimerkiksi nopeuttamalla kehitystä tai luomalla edellytyksiä uusien markkinoiden syntymiseen.

Kohdan a) lisäksi arvioitavia asioita ovat hyödykkeiden tarjonnassa vallitsevat toimintatavat, mukaan lukien jakelutiet, vertikaalinen integraatio ja hyödykkeiden tarjoaminen yhdessä toisten hyödykkeiden kanssa; markkinoilla jo toimivien elinkeinonharjoittajien mahdollisuudet laajentaa tuotantoaan; markkinoiden kokonaiskapasiteetti sekä yrityskaupan osapuolten tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöiden tai säätiöiden osuus markkinoiden kokonaiskapasiteetista ja sen käyttöaste viimeisen kolmen vuoden ajalta; yrityskaupan osapuolten

ja kilpailijoiden mahdolliset kehitteillä olevat tuotteet, lähiaikoina markkinoille tulevat tuotteet tai suunnitelmat lisätä tuotanto- tai myyntikapasiteettiaan sekä arvio osapuolten markkinaosuuksista seuraavien 3-5 vuoden aikana; asiakkaiden mieltymysten ja kulutustottumusten merkitys; tuotteiden ominaisuuksiin tai laatuun perustuvan eriyttämisen merkitys ja kuinka läheisesti korvaavia osapuolten tuotteet ovat verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin; toimittajan vaihtamisesta aiheutuvien kustannusten (kuten kulujen ja ajan) merkitys asiakkaille; asiakaskunnan jakautuminen erilaisiin toisistaan selkeästi erottuviin ryhmiin sekä näiden keskeiset ominaispiirteet; julkisen sektorin merkitys asiakkaana; asiakaskunnan ja tavarantoimittajakunnan keskittyneisyysaste ja sen merkitys elinkeinonharjoittajan toimintavapauteen kyseisillä markkinoilla; tutkimus- ja tuotekehitystoiminnan merkitys ja sen osuus liikevaihdosta markkinoilla yleisesti sekä yrityskauppajärjestelyn kohteena olevan liiketoiminnan osalta; yksinomaisten jakelu- ja muiden sopimusten merkitys; yritysten muodostamien yhteistyöverkkojen (verkostoituksen) laajuus ja merkitys markkinoilla; erilaisten huolto- ja muiden ylläpitopalvelujen merkitys kilpailutekijöinä ja kilpailutilanne näiden palvelujen osalta; kunkin kohdissa 7.1.1. ja 7.1.2. nimettyjen relevanttien markkinoiden hintataso suhteessa maantieteellisesti läheisiin markkinoihin; ja muut mahdolliset markkinoilla vallitsevat olosuhteet, joilla voi olla merkitystä yrityskaupan hyväksyttävyyden arvioinnissa.

7.3 Markkinatiedot tilanteessa, jossa kohdissa 7.1.1 tai 7.1.2 tarkoitetut markkinaosuusrajat eivät ylitä

Mikäli kohtien 7.1.1 tai 7.1.2 markkinaosuusrajat eivät ylitä, tulee kohdassa 7.3.1 esittää lyhyt selvitys kunkin osapuolen tarjoamista hyödykkeistä ja palveluista (tai liiketoiminta-alueista) sekä maantieteellisestä alueesta, jolla hyödykkeitä tai palveluja tarjotaan.

Lisäksi kohdan 7.3 alla on annettava kohdassa 7.3.1 kuvailtujen markkinoiden osalta arvio markkinoiden koosta ja yrityskaupan osapuolten markkinaosuuksista sekä tiedot tärkeimmistä kilpailijoista, asiakkaisista ja tavarantoimittajista. Tiedot tulee antaa edellisen täyden kalenterivuoden osalta. Kilpailuviraston kanssa käytävissä ilmoituksen tekemistä edeltävissä neuvotteluissa voidaan keskustella tarkemmin kohdassa 7.3 annettavien tietojen laajuudesta sekä mahdollisista lievennyksistä ilmoitusvelvollisuuteen esimerkiksi pääomasijoittajien eri portfolioyritysten osalta

8. Ilmoitusvelvollisen näkemykset yrityskaupan vaikutuksista

Jos ilmoitusvelvollinen haluaa vedota tehokkuusetiin, tulee kohdassa 8.1 esittää yksityiskohtainen selvitys yrityskaupalla saavutettavista tehokkuuseduista, niiden välittymisestä kuluttajille Suomen markkinoille sekä siitä, mistä syystä yrityskaupan osapuolet eivät voi saavuttaa kyseisiä tehokkuusetuja samassa laajuudessa muilla keinoin kuin ehdotetulla yrityskaupalla ja tavalla, joka ei todennäköisesti aiheuta kilpailuongelmia.

5 Yrityskauppojen lyhennetty ilmoitus

Ilmoitusvelvollisuutta koskevat säännökset voivat eräissä tilanteissa johtaa sellaisten yrityskauppojen ilmoittamiseen, joilla on vain hyvin vähäinen vaikutus Suomessa. Ilmoitusvelvollisuuden piiriin kuuluvat muun muassa järjestelyt, joissa yritykset, joille kertyy Suomesta liikevaihtoa, perustavat ulkomaille yhteisyrityksiä. Esimerkiksi näitä tilanteita varten on otettu käyttöön lyhennetty ilmoitus. Yrityskauppojen yksinkertaistetun ilmoittamisen (jäljempänä lyhennetty ilmoitus) tavoitteena on tiettyissä tilanteissa vähentää yrityskauppailmoituksessa ilmoitettavien tietojen määrää ja ilmoittajan kustannuksia.

Lyhennetty ilmoitus perustuu ilmoitusvelvollisuusasetuksen 1 §:n 2 momenttiin, jonka mukaan Kilpailuvirasto voi yksittäistapauksessa myöntää lievennyksiä ilmoitusvelvollisuuteen, jos yrityskaupan vaikutukset kilpailuun ovat ilmeisen vähäiset tai annettavaksi säädetty tiedot ovat joltain osin tarpeettomia yrityskaupan arvioimiseksi.

Lyhennetyn ilmoituksen käyttöä ei ole rajattu koskemaan ainoastaan yhteisyrityksiä, joilla ei ole yhteyttä Suomen markkinoihin, vaan Kilpailuvirasto arvioi tapauskohtaisesti, voiko järjestelyn ilmoittaa lyhennetyllä ilmoituksella. Ilmoittaja voi pyytää viraston suostumusta lyhennetyn ilmoituksen käytölle esimerkiksi ennen ilmoituksen jättämistä viraston kanssa käytävissä neuvotteluissa. Jos tarvetta ennakkoilmoitusneuvottelun pitämiseksi ei ole, mutta ilmoittaja katsoo lyhennetyn ilmoituksen edellytysten täyttyvän, järjestelyn voi ilmoittaa lyhennetyllä ilmoituksella, jossa samalla pyydetään viraston suostumusta sen käytölle. Jos Kilpailuvirasto pitää normaalin ilmoituskaavan mukaisia tietoja tarpeellisina järjestelyn kilpailuvaikutusten arvioimiseksi, virasto ilmoittaa tästä viipymättä ilmoitusvelvolliselle, joka toimittaa virastolle vaaditun laajuisen ilmoituksen.

Kilpailuvirasto voi lyhennetyn ilmoituksen edellytysten täyttymisestä huolimatta aina pyytää ilmoittajalta kaupan arvioinnissa tarvitsemi-

aan lisätietoja kuten tähänkin asti. Jos lyhennetyin ilmoituksen mukaiset tiedot eivät ole olennaisesti puutteellisia tai harhaanjohtavia, Kilpailuviraston ensimmäisen vaiheen käsittelylle asetettu kuukauden määräaika alkaa kulua, vaikka virasto pyytäisikin lisätietoja. Jos kauppa sen sijaan olisi tullut ilmoittaa normaalilla ilmoituskaavalla lyhennetyin ilmoituksen sijasta, Kilpailuvirasto voi ennen kuukauden määräajan päättymisestä vaatia täydellisen yrityskauppailmoituksen jättämistä. Tällaisessa tapauksessa laissa säädetty määräaika alkaa kulua vasta täydellisestä ilmoituksesta.⁶⁴ Kilpailuvirasto ilmoittaa yrityskauppailmoituksen puutteellisuudesta ilmoittajalle niin pian kuin mahdollista. Kilpailuvirasto voi aina myöntää tapauskohtaisesti poikkeuksia ilmoitettaviin tietoihin kuten tähänkin asti.

Jotta virasto voi arvioida yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ja lyhennetyin ilmoituksen soveltuvuutta siihen, tulee ilmoituksen alussa antaa lyhyt selvitys yrityskaupan osapuolten nykyisestä ja tulevasta liiketoiminnasta mukaan lukien tiedot siitä, minkälaista liiketoimintaa yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä harjoittaa ja missä se toimii.

Tämän tiedonannon liitteessä on listattu ne tiedot, jotka ilmoittajan tulee antaa Kilpailuvirastolle lyhennetyssä ilmoituksessa.

Pääsääntöisesti Kilpailuvirasto hyväksyy lyhennetyin ilmoituksen järjestelyissä, joissa yritykset, joille kertyy Suomesta liikevaihtoa, perustavat yhteisyrityksen tai hankkivat yhteisen määräysvallan yrityksessä, jolla ei ole yhteyttä Suomen markkinoihin. Tässä yhteydessä sekä perustettavasta yhteisyrityksestä että yhteisen määräysvallan hankinnan kohteesta käytetään nimitystä yhteisyritys. Yhteyttä Suomen markkinoihin ei ole, kun yhteisyritys ei harjoita liiketoimintaa Suomessa, eikä sille kerry Suomesta liikevaihtoa. Jos yhteisyritys tuo Suomeen hyödykkeitä, järjestely tulee ilmoittaa virastolle normaalin ilmoituskaavan mukaan, koska tuonti Suomeen kerryttää liikevaihtoa Suomesta. Normaalilla ilmoituskaavalla tulee käyttää myös silloin, kun yhteisyrityksellä on Suomessa esimerkiksi tytäryhtiö, myyntikonttori, huoltotoimintaa, sivuliike tai muu toimipaikka. Kun Kilpailuvirasto arvioi yhteisyrityksen yhteyttä Suomen markkinoihin, se ottaa huomioon myös yhteisyrityksen mahdolliset suunnitelmat toimia lähitulevaisuudessa Suomen markkinoilla.

Ilmoitusvelvollisuutta voidaan valaista seuraavalla esimerkillä: Suomessa toimivat yritykset⁶⁵ A ja B päättävät perustaa yhteisyrityksen. Liikevaihtoa laskettaessa yrityskaupan osapuolia ovat yhteisyrityksen perustavat yhteisöt. Siten yrityskaupan ilmoitusvelvollisuus syntyy, jos A:n

⁶⁴ Kilpailulain 26 §:n 1 momentti.

⁶⁵ Yritykset, joille kertyy Suomesta liikevaihtoa.

ja B:n yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto ylittää 350 miljoonaa euroa, ja jos sekä A:n että B:n, kummankin erikseen, Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää 20 miljoonaa euroa. Jos A ja B perustavat yhteisyrityksen ulkomaille, eivätkä yhteisyritys tai sen määräysvallassa olevat yritykset harjoita liiketoimintaa Suomessa, eikä niille kerry Suomesta liikevaihtoa, yritysjärjestely voidaan ilmoittaa lyhennettyä kaavaa käyttäen. Yhteisyritys tulee ilmoitettavaksi normaalin kaavan mukaan, mikäli se vie tuotteitaan Suomeen tai yhteisyritys perustetaan Suomeen.

6 Ilmoitusvelvollisuuden täyttämättä jättäminen ja puutteellinen ilmoitus

Ilmoitusvelvollisuuden täyttämättä jättämisen seuraamuksista säädetään kilpailulain 28 ja 30 §:ssä. Puutteellisen ilmoituksen vaikutuksista säädetään lisäksi lain 26 §:ssä.

Kilpailulain 28 §:n mukaan elinkeinonharjoittajalle, joka panee yrityskaupan täytäntöön kilpailulain yrityskauppasäännösten vastaisesti, määrätään seuraamusmaksu, jollei menettelyä ole pidettävä vähäisenä tai seuraamusmaksun määräämistä kilpailun turvaamisen kannalta muutoin perusteettomana. Seuraamusmaksu määrää Kilpailuviraston esityksestä markkinaoikeus.

Kilpailulain 30 §:n mukaan markkinaoikeus voi Kilpailuviraston esityksestä kieltää tai määrätä purettavaksi yrityskaupan tai asettaa sen toteuttamiselle ehtoja, jos kaupan osapuolet ovat antaneet virheellisiä ja harhaanjohtavia tietoja, joilla on ollut olennainen vaikutus asian ratkaisuun, tai jos kauppa on pantu täytäntöön Kilpailuviraston tai markkinaoikeuden päätöksen vastaisesti tai ennen kuin yrityskauppa on tullut hyväksytyksi. Kilpailuviraston tulee antaa yrityskaupan uutta käsittelyä koskeva esitys kaupan osapuolille viimeistään vuoden kuluessa siitä, kun päätös sai lainvoiman tai kun yrityskauppa pantiin täytäntöön.

Virheellisten tai harhaanjohtavien tietojen antamisen täytyy koskea keskeisiä seikkoja, joiden ollessa kilpailuviranomaisten tiedossa ne eivät olisi antaneet aiemman sisällöstä päätöstä. Yrityskauppa voidaan jälkikäteen kieltää tai määrätä purettavaksi myös esimerkiksi siinä tapauksessa, ettei kilpailuviranomaisten asettamia ehtoja ole noudatettu tai jos kauppa on pantu täytäntöön täytäntöönpanokiellon vastaisesti. Yrityskaupan uutta käsittelyä koskeva Kilpailuviraston esitys tulee antaa osapuolille tiedoksi viimeistään vuoden kuluessa siitä, kun virheellisiin tai harhaanjohtaviin tietoihin perustunut päätös sai lainvoiman tai yrityskauppa pantiin täytäntöön. Jos asian käsittely on päättynyt lain 25 §:n

1 tai 2 momentin tai 29 §:n 1 momentin perusteella, vuoden määräaika lasketaan siitä päivästä, kun käsittelylle asetettu määräaika päättyi. Järjestelyissä, jotka sisältävät useamman kuin yhden mainituista toimenpiteistä, vuoden määräaika lasketaan ajallisesti viimeisestä toimenpiteestä. Virheellisten tai harhaanjohtavien tietojen antaminen voi myös täyttää lain 47 §:ssä viitatus rikoslain (39/1889) 16 luvun 8 §:n tunnusmerkistön väärän todistuksen antamisesta viranomaiselle.

Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan ilmoituksen käsittelyyn varattu yhden kuukauden määräaika ei ala kulua, jos ilmoitus on olennaisesti puutteellinen. Jos annettavat tiedot ovat joiltain osin puutteellisia, ilmoituksessa on annettava asianomaisessa kohdassa selvitys, miksi tiedot ei ole annettu.

Lainkohdan perusteella voidaan myös tietyissä tilanteissa katsoa, ettei määräaika ole alkanut kulua, jos ilmoitetuissa tiedoissa tapahtuu olennaisia muutoksia ja jos nämä muutokset vaikuttavat merkittävästi keskittymän arviointiin. Olennaisilla muutoksilla tarkoitetaan sellaisia virastolle toimitetuissa tiedoissa tapahtuvia muutoksia, joista yrityskaupan ilmoittaja on tietoinen tai joista sen olisi pitänyt olla tietoinen ja joista olisi pitänyt ilmoittaa, jos ne olisivat olleet tiedossa ilmoituksen tekemisajankohtana. Esimerkkeinä olennaisista ja keskittymän arviointiin merkittävästi vaikuttavista muutoksista ovat yrityskaupan kohteen muuttuminen tai yrityskaupan kannalta keskeisten sopimusten, kuten toimitussopimusten, muuttuminen.

V Yrityskauppojen arviointi

1 Yleistä

Tehokas ja toimiva kilpailu hyödyttää kuluttajia ja yrityksiä. Tehokkaasti toimivat kilpaillut markkinat näkyvät kuluttajille muun muassa alhaisempina hintoina, korkealaatuisempina tuotteina sekä laajempana tuote- ja palveluvalikoimana.

Yrityskauppa ei välttämättä aiheuta ongelmia tehokkaalle ja toimivalle kilpailulle. Yrityskaupalla voi olla kilpailulle myönteisiä vaikutuksia tai se voi olla kilpailuneutraali.

Joissain tilanteissa yrityskauppa voi kuitenkin vähentää tehokasta kilpailua markkinoilla. Yrityskaupalla voi olla huomattavia vaikutuksia yhden tai useamman yrityksen markkinavoimaan. Yrityskauppavalvonnan avulla estetään sellaiset yrityskaupat, jotka lisäämällä yhden tai useamman yrityksen markkinavoimaa antaisivat yrityksille mahdollisuuden esimerkiksi kannattavasti ylläpitää korkeita hintoja, vähentää tuotteiden ja palveluiden määrää, laatua ja valikoimaa, vähentää kannustimia innovoida, estää potentiaalisten kilpailijoiden markkinoille tuloa tai alan sisäistä liikkuvuutta tai muulla tavoin vaikuttaa kilpailutekijöihin.

Tämän jakson tarkoituksena on selventää niitä yleisiä periaatteita, joita Kilpailuvirasto soveltaa arvioidessaan yrityskaupan soveltuvuutta Suomen markkinoille. Jaksossa esitettyä ei ole tarkoitettu tyhjentäväksi luetteloksi seikoista, jotka Kilpailuvirasto tapausta arvioidessaan mekaanisesti ottaisi huomioon. Yrityskaupan arviointi perustuu aina kunkin tapauksen erityisten tosiseikkojen ja olosuhteiden perusteella tapahtuvaan kaupan todennäköisten kilpailuvaikutusten kokonaisvaltaiseen arviointiin. Kaikkia tekijöitä ei ole välttämätöntä arvioida jokaisen yrityskaupan yhteydessä.

Kilpailuvirasto ottaa arvioinnissaan soveltuvin osin huomioon Euroopan komission ja unionin tuomioistuinten soveltamiskäytännön ja muun ohjeistuksen.

2 Uusi yrityskauppatesti

Suomessa siirryttiin uuden 1.11.2011 voimaan tulleen kilpailulain (948/2011) myötä niin sanottuun ”tehokkaan kilpailun olennaista estymistä” ilmentävään yrityskauppatestiin (myös ns. ”SIEC-testi”⁶⁶). Testi

66 SIEC tulee sanoista ”Significant Impediment to Effective Competition”.

vastaa EY:n sulautuma-asetuksessa säädettyä yrityskauppojen arviointitestiä ja siten yhdenmukaistaa yrityskauppojen arviointitapaa myös muun muassa Euroopan komission kanssa.

SIEC-testissä keskeisiä ovat yrityskaupan vaikutukset tehokkaaseen kilpailuun markkinoilla. Arvioinnin kannalta merkityksellistä on lähtökohtaisesti se, missä määrin kilpailua menetetään yrityskaupan seurauksena.

Arvioidakseen yrityskaupan aiheuttamia todennäköisiä kilpailuvaiikutuksia, Kilpailuvirasto tavallisesti määrittää - siinä määrin kuin se on tapauksen kannalta tarpeen - käsillä olevaan yrityskauppaan liittyvät relevantit markkinat, analysoi kaupan mukanaan tuomat mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset sekä näitä mahdollisesti tasapainottavat merkitykselliset tekijät, kuten potentiaalisen kilpailun ja yrityskaupan mukanaan tuomat tehokkuusedut. Arviointi ei kuitenkaan ole välttämättä sidottu yhteen tiettyyn menetelmään. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi on aina kunkin tapauksen tosiseikkoihin perustuva kokonaisvaltainen arviointiprosessi.

Yrityskaupan arvioinnissa voidaan hyödyntää monentyyppistä tietoa ja käyttää useita eri analyysivälineitä, riippuen mm. yrityskaupasta johtuvan kilpailuhaitan perusteista. Merkityksellistä tietoa voidaan saada useista eri lähteistä.

Yrityskaupan arvioinnin kannalta hyödyllisiä voivat usein olla esimerkiksi yrityskaupan osapuolten toimittamat asiakirjat, joista käy ilmi mm. yrityskaupan osapuolten näkemykset kilpailuolosuhteista, yrityskaupan syistä sekä sen tavoitteista. Usein on hyödyllistä kuulla asiakkaiden ja muiden markkinaosapuolten (kuten tavarantoimittajien ja kilpailijoiden)⁶⁷ näkemyksiä kilpailutilanteesta, markkinoiden erityispiirteistä sekä esimerkiksi heidän todennäköisistä reaktioistaan yrityskaupan jälkeisiin muutoksiin asiakashinnoissa ja tuotantomäärissä.

Kilpailuvirasto hyödyntää usein arvioinnissaan markkinaosuuksiin sekä markkinoiden keskittyneisyyteen liittyvää tietoa. Arvioinnin kannalta hyödylliseksi voi osoittautua myös esimerkiksi kokemukseen perustuva suora vertailu mm. aiemmista alalle tulon ja siltä poistumisen vaikutuksista asiakashintoihin tai osapuolten markkinaosuuksiin. Viitettä yrityskaupan kilpailuvaikutuksista voidaan hakea myös muun muassa taloudellisen analyysin keinoin. Joissain tilanteissa hyödyllistä viitettä yrityskaupan vaikutuksista voidaan saada esimerkiksi erilaisia taloustieteen (mm. ekonometrisia) ja tilastotieteen menetelmiä hyödyntämällä,

⁶⁷ Joissain tilanteissa voi olla hyödyllistä kuulla myös muita käsillä olevaan tapaukseen liittyviä markkinoita seuraavia tahoja, kuten erilaisia markkina-analyysijä tekeviä tutkimusyriityksiä.

jos luotettavaa dataa on riittävässä määrin saatavilla. Tällaisten menetelmien käyttäminen voi olla hyödyllistä esimerkiksi arvioitaessa läheisten kilpailijoiden välisen yrityskaupan aiheuttamia mahdollisia koordinoimattomia kilpailunvastaisia vaikutuksia.

Erityyppistä informaatiota ei ole mahdollista asettaa kautta linjan yleispätevään tärkeysjärjestykseen, vaan sen merkitys voi vaihdella tapauksen erityispiirteistä riippuen. Sama informaatio sekä arvioinnissa käytettävät analyysivälineet voivat olla hyödyllisiä arvioinnin eri elementtejä ajatellen. Esimerkiksi erilaiset kuluttaja- ja markkinatutkimukset voivat antaa arvokasta informaatiota paitsi tuotteiden korvattavuudesta, myös yrityskaupan mahdollisista kilpailunvastaisista vaikutuksista.

EY:n sulautuma-asetuksessa säädetyn testin muutoksen yhtenä keskeisenä tavoitteena oli poistaa epäselvyys asetuksen soveltumisesta myös niihin yrityskauppoihin, jotka eivät johda varsinaiseen määräävään markkina-asemaan, mutta joilla kuitenkin on kilpailunvastaisia ns. koordinoimattomia (yhteensovittamattomia)⁶⁸ vaikutuksia oligopolistisilla markkinoilla (ns. "gap-tilanteet/tapaukset").⁶⁹ Testin muutoksesta huolimatta tarkoituksena oli soveltuvien osin säilyttää voimassa aiempi oikeuskäytäntö. Määräävän markkina-aseman syntymisen tai vahvistumisen oletettiin silti säilyvän keskeisimpänä tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen ilmenemismuotona.⁷⁰ Testin muutoksen jälkeisten vuosien päätöskäytännön valossa vuonna 2004 esitetty oletus näyttäisi myös toteutuneen.

EY:n sulautuma-asetuksessa säädetyn testin tavoin, myös kilpailulain 25 §:ssä säädetty uusi yrityskauppatesti mahdollistaa puuttumisen edellä mainitun kaltaisiin ns. "gap-tilanteisiin". Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että puuttumiskynnyksen ylittyminen ei kaikissa tilanteissa välttämättä jatkossa enää ole sidottu muodollisen määräävän markkina-aseman toteamiseen.

On kuitenkin huomattava, että kuten kilpailulain 25 §:n sanamuodosta ja siihen liittyvästä hallituksen esityksestä (HE 88/2010 vp) käy ilmi, määräävä markkina-asema on uudessa kilpailulaissa säilytetty tyypiesimerkkinä tilanteesta, jossa tehokas kilpailu voi olennaisesti estyä. Kil-

68 Euroopan komission yrityskeskittymien valvonnasta annetun neuvoston asetuksen nojalla antamat suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (jäljempänä "Komission horisontaalisten yrityskauppojen suuntaviivat") käyttävät tämän osalta termiä "yhteensovittamattomat" vaikutukset. Vastavasti koordinoitujen vaikutusten osalta komission suuntaviivoissa puhutaan "yhteensovitetuista" vaikutuksista. Ks. Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista yrityskeskittymien valvonnasta annetun neuvoston asetuksen nojalla, Virallinen Lehti C 31, 5.2.2004, p. 5–18, kohta 22. Tässä tiedonannossa termejä käytetään rinnakkain.

69 Ks. EY:n sulautuma-asetus, kohdat 24 ja 25.

70 Ks. esim. komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista, kohta 4.

pailuvirastolla on useiden vuosien kokemus määräävään markkina-asemaan perustuvan testin soveltamisesta. Määräävän markkina-aseman käsitettä on sovellettu paitsi yhden yrityksen myös useamman yrityksen yhteiseen määräävään asemaan. Lähtökohtaisesti mahdollisten “gap-tilanteiden” osalta voidaan Suomessa (kuten EU:ssakin) puhua lähinnä yksittäisistä erityistilanteista.

Käytännössä nyttemmin kumotun kilpailunrajoituslain tavoin myös uudessa kilpailulaissa säädetty yrityskaupatesti edellyttää kilpailun estymiseltä (ml. niin sanotut “gap-tilanteet”) riittävää merkittävyyttä. Kilpailun voidaan katsoa estyvän yrityskaupan seurauksena kilpailulain 25 §:n tarkoittamalla tavalla olennaisesti, kun yrityskaupan kielteiset vaikutukset tehokkaalle ja toimivalle kilpailulle ovat joko pitkäaikaisia tai voimakkaita. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi määräävän aseman syntymisestä tai vahvistumisesta huolimatta yrityskauppa voidaan hyväksyä, jos keskittymä menettää lyhyellä aikavälillä määräävän markkina-asemansa esimerkiksi uusien yritysten alalle tulon tai ulkomaisen kilpailun lisääntymisen vuoksi. Kilpailun olennainen estyminen on aina tapauskohtaista kokonaisarviointia, johon voivat vaikuttaa esimerkiksi keskittymän suhteellinen koko markkinoilla, sen taloudellinen ja rahoituksellinen vahvuus, asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoima tai markkinoiden odotettavissa oleva kehitys ja sen nopeus.

Myös uutta kilpailulakia sovellettaessa on näin ollen perusteltua lähteä oletuksesta, että määräävän markkina-aseman käsite tulee jatkossakin olemaan keskeisessä asemassa arvioitaessa sitä, johtaako yrityskauppa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen. Tällä tiedonannolla on siten soveltuvilta osin tarkoitus pitää voimassa ohjeistus, joka perustuu kumotun kilpailunrajoituslain (480/1992) voimassa ollessa syntyneeseen hallintokäytäntöön.

Edellä kuvailtujen “gap-tilanteiden” ohella SIEC-testi luo dominanssitestistä paremmat edellytykset puuttua yhteisyrityksen perustajien tasolla tapahtuvaan kilpailun heikkenemiseen. Yhteisyrityksen perustamisena ilmoitettavan yrityskaupan arvioinnissa saattaa eräissä tilanteissa olla tarpeen arvioida yrityskaupan merkitystä ja vaikutuksia myös yhteisyrityksen perustajien väliseen kilpailuun. Yhteisyritys saattaa helpottaa perustajien välisen kilpailun yhteensovittamista, jos perustajat kykenevät seuraamaan tai valvomaan toistensa toimintaa yhteisyrityksen välityksellä. Yhteisyrityksen taloudellinen merkitys sen perustajille saattaa myös olla niin suuri, että perustajat välttävät keskinäistä kilpailua muilla markkinoilla varmistaakseen yhteisyrityksen toimintaedellytykset. SIEC-testin perusteella voidaan puuttua myös yhteisyrityksen pe-

rustajien välisen kilpailun heikkenemiseen, jos se on seurausta yhteisyrityksen perustamisesta ja täyttää kilpailuvaikutusten olennaisuuden kannalta testin vaatimukset.

3 Määrävä markkina-asema

Määrävä markkina-asema ilmaisee yrityksen tosiasiallista mahdollisuutta toimia riittävässä määrin riippumattomasti markkinoilla olevista tai potentiaalisista kilpailijoista, asiakkaista ja tavarantoimittajista. Erityistä on se, että yritys pystyy merkittävästi ohjaamaan hintatasoa tai toimitusehtoja. Kilpailijat, asiakkaat ja tavarantoimittajat eivät kykene olennaisesti ja riittävän nopeasti omilla toimenpiteillään vaikuttamaan määrävässä markkina-asemassa olevan yrityksen markkinavoiman käyttöön.

Määräväille markkina-asemalle on luonteenomaista jokin tekninen, oikeudellinen, strateginen, taloudellinen tai muu kilpailuetu, jota yrityksen kilpailijat eivät pysty korvaamaan jäljittelemällä tai kehittämällä muunlaisia omia kilpailuetujaan. Määrävä asema kohdistuu yleensä laajaan asiakasjoukkoon.

Asiakkaat ja tavarantoimittajat sekä kilpailijat voivat olla eri tavoin riippuvaisia määrävässä markkina-asemassa olevasta yrityksestä. Asiakkaat voivat joutua hankkimaan hyödykkeensä määrävässä asemassa olevalta yritykseltä, koska hyödykkeelle ei ole olemassa korvaavia vaihtoehtoja. Määrävässä asemassa oleva yritys voi myös hallita ostotoimintaa tai markkinointi- ja jakeluteitä, jolloin se voi pakottaa tavarantoimittajat liikesuhteeseen. Kilpailijoihinsa nähden määrävässä asemassa oleva yritys pystyy yleensä vastaamaan näiden käyttämiin kilpailukeinoihin ja ohjaamaan siten hyödykkeen hintatasoa tai toimitusehtoja.

Määrävä asema syntyy yrityskaupan seurauksena, jos yritys saavuttaa kaupan jälkeen edellä mainitun vapauden toimia riittävässä määrin kilpailijoista, asiakkaista ja tavarantoimittajista riippumattomalla tavalla joillain markkinoilla. Määrävä asema vahvistuu yrityskaupan seurauksena, jos jo olemassa oleva mahdollisuus toimia kilpailijoista, asiakkaista tai tavarantoimittajista riittävässä määrin riippumattomalla tavalla laajenee kaupan jälkeen. Yritys saavuttaa määrävän markkina-aseman pääsääntöisesti yksin, mutta joissain tilanteissa asema saattaa olla myös yhteisesti useammalla elinkeinonharjoittajalla.

4 Yrityskauppojen luokittelu

Yrityskaupat voidaan jaotella horisontaalisiin ja ei-horisontaalisiin yritys-kauppoihin. Horisontaalisissa yrityskaupoissa yrityskaupan osapuolet ovat toistensa kilpailijoita, eli toimivat samojen hyödykkeiden markkinoilla tai hyödykejoukon jalostusketjun samassa vaiheessa. Osapuolten valmistamat tuotteet tai palvelut ovat asiakkaiden näkökulmasta lähtökohtaisesti toisiaan korvaavia. Horisontaalisen yrityskaupan seurauksena markkinoilla toimivien itsenäisten yritysten lukumäärä vähenee ja kilpailevien yritysten suhteelliset markkinaosuudet muuttuvat, jolloin myös markkinoiden rakenne muuttuu.

Horisontaalisella yrityskaupalla voi olla merkittäviä kilpailunvastaisia vaikutuksia. Horisontaalinen yrityskauppa voi olennaisesti estää tehokasta kilpailua vaikuttamalla yrityskaupan osapuolten tai sen ulkopuolisten yritysten kohtaamaan kilpailupaineeseen. Se voi myös muuttaa kilpailun luonnetta siten, että yritysten välinen käyttäytymisen koordinaatio tulee todennäköisemmäksi tai aiemmin itsenäisesti toimivien yritysten koordinoitu käyttäytyminen esimerkiksi helpottuu tai tehostuu.

Muut kuin horisontaaliset (ns. ei-horisontaaliset) yrityskaupat jaotellaan yleisesti vertikaalisiin yrityskauppoihin ja monialayrityskauppoihin. Vertikaalisissa yrityskaupoissa osapuolet toimivat hyödykkeen jalostusketjun eri vaiheessa. Monialayrityskaupoissa yrityskaupan osapuolet puolestaan toimivat sellaisilla erillisillä markkinoilla, joilla ei ole suoria horisontaalisia eikä vertikaalisia yhteyksiä.

Tehokkaan kilpailun olennainen estyminen on yleensä todennäköisempää horisontaalisissa kuin ei-horisontaalisissa yrityskaupoissa. Ei-horisontaalinen yrityskauppa ei esimerkiksi suoraan vaikuta yritysten markkinaosuuksiin relevanteilla markkinoilla, sillä yritykset eivät ole toistensa välittömiä kilpailijoita.

Tehokas kilpailu voi kuitenkin olennaisesti estyä myös ei-horisontaalisten yrityskauppojen seurauksena. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa yritys saa vertikaalisen yrityskaupan seurauksena haltuunsa tärkeitä hankintalähteitä tai jakelukanavia, joista myös kilpailijat ovat riippuvaisia. Myös monialayrityskaupoilla voi olla merkittäviä kielteisiä kilpailuvaikutuksia, esimerkiksi tilanteessa jossa yrityskauppa antaa keskittymälle mahdollisuuden hyödyntää sen jollain toisilla markkinoilla hankkimaa markkinavoimaa sulkemalla kilpailijoita tarkasteltavilta markkinoilta ja pienentämällä siten siihen kohdistuvaa kilpailupainetta. Vertikaalinen yrityskauppa ja monialayrityskauppa voivat lisäksi vaikuttaa kielteisesti yrityskaupan jälkeisiin kilpailuedellytyksiin myös esimer-

kiksi lisäämällä todennäköisyyttä, että ennen yrityskauppaa itsenäisesti toimineet yritykset ryhtyvät koordinoimaan käyttäytymistään tai aiempi koordinoitu käyttäytyminen helpottuu tai tehostuu.⁷¹

Yrityskaupoilla voi olla sekä horisontaalisia että ei-horisontaalisia vaikutuksia. Tässä luvussa annettu yleisesitys yrityskauppojen arvioinnista on tehty lähtökohtaisesti horisontaalisia yrityskauppoja ajatellen, mutta se pätee pääosiltaan myös muiden kuin horisontaalisten yrityskauppojen arviointiin. Eräitä ei-horisontaalisten yrityskauppojen kannalta merkityksellisiä erityispiirteitä tarkastellaan jäljempänä kohdassa 7.3 Kilpailunvastaiset vaikutukset muissa kuin horisontaalisissa yrityskaupoissa.

5 Vertailukohta yrityskaupan vaikutusten arvioinnille

Arvioidessaan tehokkaan kilpailun olennaista estymistä Kilpailuvirasto vertaa normaalisti yrityskaupan jälkeisiä kilpailuedellytyksiä tilanteeseen ennen yrityskauppaa. Useimmissa tapauksissa tärkeimmän vertailukohdan yrityskaupan vaikutusten arvioinnille muodostavat yrityskaupan toteuttamisajankohdan kilpailuolosuhteet. Joissain tapauksissa sopivaa vertailutilannetta harkittaessa voidaan kuitenkin kiinnittää huomiota kohtuudella ennakoitavissa oleviin markkinoiden tuleviin muutoksiin, kuten markkinoiden liberalisoitumiseen, tai todennäköisyyteen että markkinoille tulee uusia yrityksiä, tai että jo olemassa olevia yrityksiä tulee poistumaan markkinoilta⁷².

6 Relevanttien markkinoiden määrittely

Yrityskauppojen arviointiin sisältyy tavallisesti niin sanottu relevanttien markkinoiden määrittely sekä yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi.⁷³ Seuraavaksi selvitetään relevanttien markkinoiden määrittelyä tarkemmin. Kilpailuvaikutusten arviointia puolestaan käsitellään jaksossa 7. Käytännössä relevanttien markkinoiden määrittelyn yhteydessä saatu tieto voi olla hyödyllistä yrityskaupan kilpailuvaikutuksia arvioitaessa, tai päinvastoin, joten esimerkiksi selvärajaisen ajallisen eron tekeminen näiden välillä ei usein ole välttämättä mahdollista.

⁷¹ Koordinoituista vaikutuksista muissa kuin horisontaalisissa yrityskaupoissa ks. 7.3.4 sekä soveltuvin osin myös 7.2.2.

⁷² Tämä voi tulla kyseeseen esimerkiksi niin sanotussa taloudellisiin vaikeuksiin ajautuneen yrityksen tilanteessa, ks. 7.5 Taloudellisiin vaikeuksiin ajautunut yritys.

⁷³ Relevanttien markkinoiden tarkkarajainen määrittely ei ole välttämättä tarpeen esimerkiksi niissä tapauksissa, joissa jo alustavan selvityksen pohjalta käy selväksi, ettei yrityskauppa aiheuta merkittäviä kilpailuongelmia.

6.1 Yleistä

Markkinoiden määrittely on väline, jonka avulla tunnistetaan ja määritellään keskittymän ja sen todellisten kilpailijoiden välisen kilpailun rajat. Sen päätavoitteena on auttaa selvittämään järjestelmällisesti yrityskaupan tuloksena syntyvän keskittymän kohtaama todellinen kilpailupaine. Markkinoiden määrittely auttaa luomaan asianmukaiset puitteet yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnille.⁷⁴

Kilpailuoikeudelliset relevantit markkinat sisältävät tavallisesti sekä tuotemarkkinat että maantieteelliset markkinat. Näitä käsitellään jäljempänä kohdissa 6.4 ja 6.5. Tässä yhteydessä on paikallaan korostaa, että markkinoiden määrittely edellyttää aina tapauskohtaista arviointia. Se on yhteydessä kunkin tapauksen kannalta merkityksellisten potentiaalisten kilpailuvastaisten vaikutusten arviointiin, jolloin markkinoiden laajuus voi vaihdella samankin teollisuudenalan sisällä tapauskohtaisesti. Myös kunkin tapauksen kannalta merkityksellinen informaatio voi vaihdella, eikä kaiken tässä osiossa luetellun informaation hankkiminen ole aina välttämätöntä.

6.2 Kysynnän ja tarjonnan korvattavuus

Relevantteja markkinoita määriteltäessä voidaan kiinnittää huomiota sekä kysynnän että tarjonnan korvattavuuteen.

Kysynnän korvattavuus on välittömin ja tehokkain tekijä, joka rajoittaa yritysten riippumatonta käyttäytymistä markkinoilla. Yritys ei voi merkittävästi vaikuttaa hintoihin ja toimitusehtoihin, jos kauppakumppanit voivat siirtyä helposti käyttämään korvaavia hyödykkeitä tai hankkimaan hyödykkeitä muualla sijaitsevilta tavarantoimittajilta. Korvattavuutta arvioitaessa selvitetään, mitä hyödykkeitä asiakkaat ja kuluttajat pitävät yrityskaupan osapuolten hyödykkeitä korvaavina ja miltä eri maantieteellisiltä alueilta ostajat voivat tehdä korvaavia hankintoja. Kysynnän korvattavuuden todennäköisyyteen voivat vaikuttaa mm. hyödykkeiden vaihtamiseen liittyvät tekniset esteet, vaihtamisesta aiheutuvat kustannukset ja vaihtamiseen kuluva aika.

Tarjonnan korvattavuus otetaan relevanttien markkinoiden määrittelyssä huomioon sellaisissa tapauksissa, joissa sen vaikutukset vastaavat välittömydeltään ja tehokkuudeltaan kysynnän korvattavuutta. Korvattavuutta arvioitaessa selvitetään, voisivatko muut markkinatoimittajat lisätä valmistustaan tai muuttaa tuotantoaan taikka jakeluteitään siten,

⁷⁴ Relevanttien markkinoiden määrittely on siten yksi yrityskaupan kilpailuvaikutusten kokonaisarviointissa hyödynnettävä työkalu. Yrityskaupan arviointi ei pääty relevanttien markkinoiden määrittelyyn.

että ne voisivat valmistaa kilpailevia hyödykkeitä ja saattaa kuluttajan tarjolle näitä vaihtoehtoja suhteellisen vaivattomasti ja nopeasti ilman merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä. Muussa tapauksessa tarjonnan korvattavuus otetaan huomioon kilpailuvaikutusten arvioinnin yhteydessä. Tällöin kysymys tarjonnan korvattavuudesta liittyy yleensä potentiaalisen kilpailun arviointiin.⁷⁵

6.3 Hypoteettisen monopolistin testi

Yhden hyödyllisen tavan arvioida relevantteja markkinoita tarjoaa ns. hypoteettisen monopolistin testi (tai ns. SSNIP⁷⁶-testi). Testiä hyödynnetään useissa eri kilpailujärjestelmissä, mukaan lukien EU:n kilpailuoikeus.

Testissä kysytään: voisiko tietyllä alueella tietyt tuotteita tarjoavan hypoteettisen monopolistin toteuttama pieni, mutta pysyvä (esimerkiksi 5–10 %) suhteellisten hintojen korotus muodostua kannattavaksi.⁷⁷ Testin avulla pyritään löytämään ne merkitykselliset tuotteet sekä ne merkitykselliset maantieteelliset alueet, jotka hypoteettisen monopolistin olisi kannattavaa monopolisoida. Testin valossa relevantti markkina vastaa suppeinta mahdollista tällaista tuotteiden ja maantieteellisten alueiden joukkoa.⁷⁸

Testin avulla tunnistetaan ne kilpailevat tuotteet ja alueet, joilla tällaisia tuotteita tarjotaan ja jotka merkittävästi rajoittavat yrityskaupan osapuolten tuotteiden hinnoittelua. Käytännössä yleensä aloitetaan yrityskaupan osapuolten myymistä tuotteista ja alueesta, jolla ne niitä myyvät ja kysytään, olisiko mainitunlainen korotus osapuolille kannattava. Mikäli kyseinen hinnankorotus osoittautuisi siitä seuraavien myyntimäärien vähenemisen johdosta kannattamattomaksi, tarkasteltaviin markkinoihin lisätään seuraavaksi läheisimmät korvaavat tuotteet ja maantieteellistä aluetta laajennetaan, minkä jälkeen sama kysymys esitetään uudelleen. Tämä prosessi jatkuu, kunnes vastaus on positiivinen; ts. kunnes löytyy sellainen tarkasteltavien tuotteiden joukko ja maantieteellinen alue, jolla mainitunlainen hintojen korotus olisi kannattavaa.

75 Potentiaalinen kilpailu on käsitteellisesti syytä erottaa tarjonnan korvattavuudesta. Tarjonnan korvattavuuden huomioon ottaminen relevantteja markkinoita määriteltäessä edellyttää yleensä mm. jossain määrin tiukempien aikakriteerien täyttymistä kuin sen huomioon ottaminen potentiaalista kilpailua arvioitaessa.

76 SSNIP tulee sanoista "Small but Significant Non-Transitory Increase in Price".

77 Viitteenä käytetään tavallisesti vallitsevia hintoja. Joissain tilanteissa testissä voidaan käyttää myös tästä poikkeavia hintoja, esimerkiksi vallitsevia hintoja alhaisempia hintoja.

78 Käytännössä relevantti markkina voi kuitenkin joissain tilanteissa osoittautua testin viittaamaa suppeinta määritelmää laajemmaksi.

Testi on käytännössä lähinnä teoreettinen ajatusmalli; se ei ole mekaaninen laskutoimitus, josta tietynlaista informaatiota syöttämällä saataisiin automaattisesti vastaus relevanttien markkinoiden laajuudesta. Testi tarjoaa pikemminkin käsitteellisen kehyksen, jonka puitteissa relevantteja markkinoita koskevan merkityksellisen informaation organisoiminen käy mahdolliseksi. Testi soveltuu sekä tuotemarkkinoiden että maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn.

6.4 Relevantit hyödykemarkkinat

Relevantteihin hyödykemarkkinoihin kuuluvat pääsääntöisesti kaikki ne hyödykkeet, joita asiakkaat ja kuluttajat pitävät keskenään hyvin vaihdettavissa tai korvattavissa olevina niiden ominaisuuksien, hinnan ja käyttötarkoituksen vuoksi. Relevantteja hyödykemarkkinoita arvioitaessa voidaan ottaa huomioon edellä todetun mukaisesti kysynnän ja tarjonnan korvattavuus.

Käytännössä monentyyppinen tieto voi osoittautua hyödylliseksi relevanttien hyödykemarkkinoiden määrittelemiseksi. Tällaista tietoa voi olla esimerkiksi:

Tuotteiden ominaisuudet ja niiden käyttötarkoitus tarjoavat usein hyödyllisen ensimmäisen tavan rajata korvaavien tuotteiden alaa.⁷⁹ Huomattavat yhtäläisyydet tuotteiden ominaisuuksissa ja niiden käyttötarkoituksissa voivat olla vahva viite samoille markkinoille kuuluvista tuotteista. Tuotteiden ominaisuudet ja käyttötarkoitus eivät kuitenkaan ole yksinään riittäviä tekijöitä korvattavuuden toteamiseen. Esimerkiksi vahvat tuotemerkit voivat muodostaa erilliset markkinat suhteessa muihin samankaltaisiin tuotteisiin. Tuotteiden ominaisuudet ja käyttötarkoitus eivät myöskään ole edellytys tuotteiden määrittelemiseksi samoille relevanteille markkinoille kuuluviksi.

Tuotteiden välistä korvattavuutta arvioitaessa voi toisinaan olla hyödyllistä analysoida lähimenneisyydessä tapahtuneita ilmiöitä ja niiden vaikutuksia esimerkiksi tuotteiden hintoihin tai kysyntään. Tällainen voi olla esimerkiksi uuden tuotteen markkinoille tulo ja sen aiheuttamat muutokset joidenkin kilpailevien tuotteiden myyntimäärissä.

Markkinamäärittelyssä voidaan hyödyntää useita erilaisia taloustieteellisiä ja tilastollisia menetelmiä, mikäli muun muassa luotettavaa dataa on riittävässä määrin saatavilla. Viitettä esimerkiksi hypoteettisen monopolistin testiä silmällä pitäen voidaan saada muun muassa tarkastelemalla mahdollisella relevantilla markkinalla olevien tuotteiden

⁷⁹ Tuotteiden ominaisuuksien ja käyttötarkoituksen arvioiminen voi olla hyödyllistä myös esimerkiksi hypoteettisen monopolistin testiä ajatellen.

marginaaleja sekä asiakkaiden herkkyyttä reagoida muutoksiin näiden tuotteiden hinnoissa, esimerkiksi arvioimalla tuotteiden kysynnän hintajoustoa. Hyödyllistä voi myös olla arvioida muun muassa sitä, kuinka läheisistä korvaavista tuotteista mahdollisella relevantilla markkinalla puhutaan, esimerkiksi arvioimalla tuotteiden hintojen välistä ristijoustoa tai myynnin suhteellista siirtymää tuotteiden välillä.⁸⁰

Joissain tilanteissa hyödyllistä voi olla esimerkiksi tarkastella eri aikoina ja alueilla tapahtuneita hintatasojen ja hintasarjojen vaihteluita ja niiden vaikutuksia myyntimääriin. Asiakkaiden ja kuluttajien reagointi hinnanmuutoksiin voi riippua esimerkiksi siitä, mikä on hyödykkeen aiheuttama kustannus suhteessa asiakkaiden ja kuluttajien muihin kustannuksiin. Jos hyödykkeen aiheuttama kustannus ei muodosta merkittävää osaa kokonaiskustannuksista, reagoiminen hinnanmuutoksiin on vähäisempää kuin tilanteessa, jossa hyödykkeen aiheuttama kustannus on merkittävä. Edelleen merkitystä voi olla esimerkiksi sillä, miten suuria kustannuksia tuotteen vaihtamisesta kuluttajille koituu.⁸¹

Hyödyllistä tietoa markkinamäärittelyä ajatellen voidaan saada useista eri lähteistä. Esimerkiksi eri markkinatoimijoilta saadut kuluttaja- ja markkinatutkimukset voivat usein tarjota hyödyllistä informaatiota. Myös yrityskaupan osapuolten sisäisesti teettämät tutkimukset ja muut esimerkiksi liiketoiminnan tuloksellisuutta kuvaavat dokumentit voivat antaa informaatiota, erityisesti milloin on kyse aiemman normaalin liiketoiminnan yhteydessä tehdyistä tutkimuksista (so. ei varta vasten yrityskauppailmoitusta silmällä pitäen tehdyistä tutkimuksista).

Markkinamäärittelyyn voi myös vaikuttaa esimerkiksi asiakasryhmien erilaisuus ja hyödykkeiden väliset hinnanerot. Erilliset markkinat voivat syntyä esimerkiksi sen vuoksi, että tuotetta myydään selvästi erilaisille asiakasryhmille erilaisin hinnoin tai toimitusehdoin, vaikka hyödykkeiden fyysiset ja käyttötarkoitukseen liittyvät ominaisuudet saattaisivat viitata niiden kuulumiseen samoille markkinoille.

6.5 Relevantit maantieteelliset markkinat

Relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelyn tarkoituksena on selvittää ne maantieteelliset alueet, joilla sijaitsevien yritysten tai tarjottavien hyödykkeiden taholta tuleva kilpailu tai sen riittävä ja uskotta-

⁸⁰ Pitkälti samoja välineitä voidaan käyttää myös esimerkiksi koordinoimattomien vaikutusten arvioinnissa. Ks. myös 7.2.1 Koordinoimattomat (yhteensovittamattomat) vaikutukset.

⁸¹ Nämä voivat liittyä myös muihin kuin suoranaisesti rahallisiin kustannuksiin, kuten kuluttajalle toimittajan vaihtamisesta koituvaan vaivaan tai siihen liittyvään epävarmuuteen.

va uhka voi rajoittaa yrityskaupan seurauksena syntyneen keskittymän markkinavoiman käyttöä.

Relevantteja markkinoita määritettäessä kiinnitetään lähtökohtaisesti huomiota yrityskaupan osapuolten toiminta-alueeseen sekä alueisiin, joilta asiakkailla on realistinen mahdollisuus hankkia kyseisiä hyödykkeitä. Samoilla relevanteilla maantieteellisillä markkinoilla kilpailuolosuhteet ovat riittävän yhtenäiset ja toisaalta ne voidaan erottaa lähimarkkinoista kilpailuolosuhteiden erilaisuuden perusteella.

Määrittelyyn vaikuttavat myyjien tosiasialliset mahdollisuudet ja halukkuus siirtää tuotantoa tai tarjontaa alueelta toiselle, ostajien vastaava mahdollisuus ja halukkuus kysynnän siirtämiseen, yrityksen markkinaosuuksien merkittävät erot eri alueilla sekä merkittävät erot esimerkiksi hyödykkeiden hinnoissa, laadussa tai muissa ominaisuuksissa eri alueilla.

Relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelyssä voidaan tutkia mahdollisia esteitä myynnin lisäämiseksi tietyllä maantieteellisellä alueella. Tällaisia esteitä voivat olla jakelukanaviin pääsyyn liittyvät esteet, jakeluverkoston perustamisen korkeat kustannukset, julkinen elinkeinotoimintaa koskeva sääntely ja tekniset standardit. Myös kaupparvojen rakenne ja kehitys voivat antaa lisätietoja maantieteellisten markkinoiden määrittämiseksi.

Kuljetuskustannukset ja hyödykkeen luonteesta johtuvat kuljetusvaikeudet voivat vaikuttaa siihen, että tietyn alueen asiakkaat ja kuluttajat eivät hanki hyödykkeitä muilta alueilta ja että tiettyjen alueiden välinen kauppa ei ole liiketaloudellisesti perusteltua. Kuljetuskustannukset rajaavat erityisesti halpojen, tilaa vievien tuotteiden maantieteellisiä markkinoita. Kuljetuskustannusten merkitykseen relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelemisessä voi vaikuttaa eri valmistajien tuotantolaitosten sijainti toisiinsa nähden, tuotantokustannukset eri alueilla ja alueiden väliset hinnanerot.

Myös hyödykkeiden luonne ja ominaisuudet voivat antaa tietoa relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelemiseksi. Esimerkiksi joitain hyödykkeitä voidaan käyttää vain tietyillä alueilla. Määrittelyyn voi vaikuttaa myös kuluttajien mieltymykset, yritysten markkinaosuuksien huomattavat erot verrattuna lähimarkkinoilla toimiviin yrityksiin, asiakkaiden todellinen mahdollisuus vaihtaa muualla sijaitsevien yritysten tarjoamiin hyödykkeisiin, merkittävät hinnanerot sekä jakelukanavien alueellinen erilaisuus.

7 Kilpailuvaikutusten arviointi

Arvioidakseen yrityskaupan todennäköisiä vaikutuksia tehokkaaseen ja toimivaan kilpailuun relevanteilla markkinoilla, Kilpailuvirasto kiinnittää tavallisesti huomiota yrityskaupan aiheuttamiin muutoksiin markkinoiden rakenteessa, analysoi keskittymän mukanaan tuomat mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset sekä näitä mahdollisesti tasapainottavat merkitykselliset tekijät, kuten potentiaalisen kilpailun sekä yrityskaupan mahdollisesti mukanaan tuomat tehokkuusedut. Näitä selvitetään seuraavaksi tarkemmin.

7.1 Markkinoiden rakenne ja rakenteelliset mittarit

Kilpailuvirasto kiinnittää tavallisesti huomiota yrityskaupan aiheuttamiin muutoksiin markkinoiden rakenteessa arvioidessaan yrityskaupan vaikutuksia kilpailuun relevanteilla markkinoilla. Hyödyllisen työkalun tähän tarjoavat erilaiset rakenteelliset mittarit, kuten markkinaosuudet, Herfindahl-Hirschman Indeksi (”HHI”) ja keskittymisaste (”CR”)⁸². Vertaamalla yrityskaupan osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinaosuuksia tai muita vastaavia markkinoiden keskittymistä kuvaavia mittareita ennen ja jälkeen yrityskaupan voidaan tehdä päätelmiä kaupan vaikutuksista osapuolten ja niiden kilpailijoiden asemaan markkinoilla sekä markkinoiden yleiseen keskittymisasteeseen.

Markkinaosuus (relevanteilla markkinoilla) voidaan määritellä esimerkiksi myynnin määrän tai arvon perusteella.⁸³ Myynnin määrää voidaan käyttää mittarina erityisesti silloin, kun tavarantoimittajat tuottavat samanlaisia ja samanhintaisia hyödykkeitä ja myynnin arvoa taas päinvastaisessa tilanteessa. Jos kilpailun olennaista estymistä tutkitaan suhteessa tavarantoimittajiin, otetaan vastaavasti huomioon ostojen määrä tai arvo.

Yrityskaupan tuloksena syntyvän keskittymän markkinaosuus arvioidaan yleensä laskemalla yrityskaupan osapuolten kauppaa edeltävät markkinaosuudet yhteen. Markkinaosuuksia voidaan tarkastella myös useammalta vuodelta. Tarkastelemalla markkinaosuuksien vaihteluita sekä vaihteluiden syitä voidaan saada hyödyllisiä tietoja kilpailuprosessista sekä kilpailuedellytysten ennakoitavissa olevasta kehityksestä. Esimerkiksi yrityksellä pitkään ollut korkea markkinaosuus saattaa olla merkki yrityksen huomattavan riippumattomasta asemasta, kun taas muutokset markkinajohtajan asemassa ja menetykset sen markkina-

⁸² CR tulee termin englanninkielisestä versiosta ”Concentration Ratio”.

⁸³ Joissain tilanteissa markkinaosuudet voi olla hyödyllistä laskea myös esimerkiksi kapasiteetin perusteella.

osuuksissa saattavat puolestaan heikentää tätä olettamusta sekä antaa viitteitä myös sen kilpailijoiden tulevasta merkityksestä.

Markkinaosuuksien laskeminen tarjoaa mahdollisuuden myös eräiden muiden rakenteellisten mittareiden hyödyntämiseen. Tällaisia markkinoiden keskittymistä kuvaavia mittareita ovat esimerkiksi HHI ja CR. HHI saadaan laskemalla yhteen kaikkien markkinoilla toimivien yritysten markkinaosuuksien neliöt.⁸⁴ Absoluuttisen HHI-tason lisäksi usein on hyödyllistä laskea myös yrityskaupan aiheuttama muutos (ns. "delta") keskittymistasossa.⁸⁵ HHI ottaa huomioon yritysten määrän ja niiden väliset (markkinaosuuksien mukaiset) suhteelliset kokorot. HHI:ssä painottuvat suhteellisesti enemmän suuremmat markkinaosuudet.

CR puolestaan kuvaa markkinoiden johtavien yritysten - tavallisesti kolmen tai neljän (ns. "CR₃" tai "CR₄") - yhteistä osuutta kokonaismarkkinoista. Se saadaan laskemalla markkinoiden johtavien yritysten (tavallisesti siis kolmen tai neljän yrityksen) markkinaosuudet yhteen.⁸⁶ Toisin kuin HHI, CR ei ota huomioon yritysten välisiä suhteellisia koeroja.

Yrityskaupan osapuolten markkinaosuudet ja muut vastaavat rakenteelliset mittarit, kuten HHI ja CR, antavat usein käytännöllisen ensimmäisen viitteen syntyvän keskittymän markkinavoimasta. Esimerkiksi erittäin korkeiden markkinaosuuksien voidaan yleensä katsoa viittaavan merkittävän markkinavoiman olemassaoloon, kun taas erittäin alhaisten markkinaosuuksien voidaan yleensä katsoa viittaavan sen puuttumiseen. Lisäksi, esimerkiksi mitä suurempi on kahden suurimman yrityksen välinen markkinaosuuksien ero ja mitä hajautuneemmat ovat muiden kilpailijoiden markkinaosuudet, sitä suurempi on todennäköisyys, että korkean markkinaosuuden haltijalla on merkittävää markkinavoimaa.

Markkinaosuus, HHI ja CR eivät kuitenkaan yksinään anna riittävästi tietoa yrityskaupan vaikutuksista kilpailuun. Tällaisiin mittareihin liittyvät oletukset voivat muiden tekijöiden vaikutuksesta joko kumoutua tai vahvistua. Markkinaosuuksia, samoin kuin HHI:tä ja CR:ää, tul-

84 Esimerkiksi markkinalle, jolla on neljä yritystä A, B, C ja D, joiden markkinaosuudet ovat 40 %, 30 %, 20 % ja 10 %, HHI on $40^2+30^2+20^2+10^2$ ($1600+900+400+100$) eli 3000. HHI voi vaihdella lähes nollan ja 10000 välillä, joista ensimmäinen viittaa erittäin hajanaisiin markkinoihin ja jälkimmäinen taas monopoliin.

85 Muutos voidaan laskea vähentämällä yrityskauppaa edeltävä HHI yrityskauppaa seuraavasta HHI:stä. Se voidaan laskea myös ilman varsinaista markkinoiden kokonaiskeskittymisen arvioimista kertomalla sulautuvien yritysten markkinaosuuksien tulo kahdella; ts. edellä alaviitteessä 81 annetun esimerkin valossa delta B:n ja C:n väliselle yrityskaupalle olisi $2BC=1200$.

86 Esimerkiksi markkinalle, jonka kolme markkinaosuuksilla mitaten suurinta yritystä olisivat A (30 %), B (25 %) ja C (20 %), CR₃ olisi 75.

kittaessa voikin olla tarpeen ottaa huomioon useita eri tekijöitä. Yrityksen markkinavoimaa voivat käytännössä vahvistaa ja sen huomattavassa määrin riippumatonta asemaa tukea esimerkiksi sen taloudellinen ja rahoituksellinen vahvuus, käytettävissä oleva vapaa kapasiteetti, erilaiset vertikaaliset edut hankinnassa tai jakelussa, tuotevalikoiman laajuus ja muut synergiaedut sekä se, että kyseessä on vahva erilaistettu (esimerkiksi brändi-) tuote. Toisaalta esimerkiksi korkeiden markkinaosuuksien merkitystä voi vähentää muun muassa markkinaosuuksien alenemiskehitys, asiakaskunnan neuvotteluvoima, harvoin tehtävistä suurista kertaostoksista aiheutuvat markkinaosuuksien heilahtelut, potentiaalinen kilpailu, nopea teknologian kehitys sekä tärkeimpien kilpailijoiden kilpailuedut. Merkitystä arviointia ajatellen voi olla myös esimerkiksi sillä, onko yksi tai useampi yrityskaupan osapuolista merkittävä innovoija tai ns. villi tai häirikköyritys, jonka todellinen kilpailullinen merkitys ei välttämättä tule esille markkinaosuuksista.⁸⁷

Markkinaosuudet ja muut vastaavat rakenteelliset mittarit eivät siten ole yksinomaisen, itsessään ratkaiseva tekijä arvioitaessa sitä estääkö yrityskauppa olennaisesti tehokasta kilpailua, eikä puuttumiskynnykselle voida asettaa tiettyjä rajoja. Tämän johtopäätöksen tekemiseksi on arvioitava myös muita tekijöitä.

7.2 Kilpailunvastaiset vaikutukset horisontaalisissa yrityskaupoissa

Arvioidessaan sitä, johtaako yrityskauppa kilpailulain 25 §:ssä kiellettyyn tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen, Kilpailuvirasto analysoi kaupan aiheuttamat mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset. Horisontaalinen yrityskauppa voi merkittävästi vähentää kilpailua markkinoilla. Sen seurauksena markkinoilla toimivien (tai niille pyrkivien) itsenäisten yritysten lukumäärä vähenee, millä voi olla vaikutusta kaupan osapuolten, niiden kilpailijoiden sekä asiakasyritysten kohtaamaan kilpailupaineeseen sekä kannustimiin kilpailla. Yrityskauppa voi johtaa muutoksiin markkinoiden kilpailuintensiteetissä.

Yrityskaupan aiheuttamat kilpailunvastaiset vaikutukset voidaan pääasiallisesti jakaa kahteen käsitteelliseen kategoriaan: koordinoimattomiin ja koordinoituihin vaikutuksiin. Sama yrityskauppa voi johtaa molemman tyyppiisiin vaikutuksiin, jolloin myös selvärajaisen eron tekeminen niiden välillä saattaa joissain tilanteissa olla haastavaa. Koordinoimattomia ja koordinoituja vaikutuksia käsitellään seuraavaksi. Tämän lisäksi käsitellään kahta erityistilannetta; tilannetta, jossa yritys-

⁸⁷ Ks. esim. 7.2.1 Koordinoimattomat (yhteensovittamattomat) vaikutukset ja 7.2.2 Koordinoituidut vaikutukset.

kauppa luo tai lisää ostajavoimaa sekä tilannetta, jossa kauppa eliminoi potentiaalisen kilpailijan.

7.2.1 Koordinoimattomat (yhteensovittamattomat) vaikutukset

Yrityskaupan aikaansaamat muutokset voivat olennaisesti estää tehokasta kilpailua markkinoilla johtamalla niin sanottuihin koordinoimattomiin (tai unilateraalisiin) vaikutuksiin. Yrityskauppa voi poistaa merkittävän kilpailupaineen, tai vähentää sitä, yhdeltä tai useammalta yritykseltä ja johtaa olennaiseen tehokkaan kilpailun vähenemiseen ilman että yritykset nimenomaisesti, tai edes hiljaisesti, koordinoivat toimintojaan.

Yrityskauppa vaikuttaa suoraan kaupan osapuolten väliseen kilpailutilanteeseen: se poistaa kaupan osapuolten välisen kilpailuasetelman ja sen aikaansaaman kilpailupaineen, jolloin esimerkiksi kaupan osapuolten toteuttamat tuotteidensa hinnankorotukset voivat muodostua kannattaviksi.⁸⁸ Joissain tilanteissa yrityskaupan aikaansaaman kilpailupaineen vähenemisestä voivat hyötyä myös sen kilpailijat. Esimerkiksi keskittymän toteuttamien hinnankorotusten seurauksena osa kysynnästä saattaa siirtyä sen kilpailijoille, jotka myös voivat katsoa kannattavaksi korottaa omia hintojaan ilman, että yritykset nimenomaisesti, tai edes hiljaisesti, koordinoivat käyttäytymistään.⁸⁹ Seurauksena tällöin voi olla huomattava korotus paitsi kaupan osapuolten myös sen kilpailijoiden tuotteiden hinnoissa.⁹⁰

Useat eri tekijät voivat antaa viitettä siitä, aiheuttaako yrityskauppa todennäköisesti merkittäviä koordinoimattomia vaikutuksia markkinoilla. Tällaisia seikkoja voivat olla esimerkiksi:

- yrityskaupan osapuolilla on merkittävät markkinaosuudet;
- markkinaosuudet ovat pysyneet varsin stabiileina;
- markkinoilla on ainoastaan muutamia merkittäviä kilpailijoita;
- yrityskaupan osapuolet ovat läheisiä kilpailijoita, joiden tuotteet edustavat huomattavalle osalle asiakkaita läheisimpiä korvaavia vaihtoehtoja, eivätkä kilpailijat tarjoa vastaavia korvaavia tuotteita;

⁸⁸ Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa osapuolten ennen kauppaa toteuttamat hinnankorotukset olisivat todennäköisesti johtaneet menetyksiin osapuolten tuotteiden myyntimäärissä ainakin osaksi yrityskaupan toisen osapuolen hyväksi. Yrityskaupan seurauksena tällaiset menetykset olisi ainakin osittain mahdollista kattaa toisen osapuolen lisääntyneellä myynnillä, jolloin varsinaiset menetykset jäisivät vähäisemmiksi.

⁸⁹ Yritykset yksinkertaisesti reagoivat itsenäisesti odotettavissa oleviin muutoksiin toistensa kaupallisessa käyttäytymisessä.

⁹⁰ Tällaisessa tilanteessa yrityskaupasta seuraava haitta ei toisin sanoen rajoitu ainoastaan osapuolten asiakkaisiin, vaan kohdistuu myös muihin, mahdollisesti jopa kaikkiin asiakkaisiin relevanteilla markkinoilla.

- asiakkailla on vain rajoitettu mahdollisuus siirtyä käyttämään vaihtoehtoista toimittajaa, esimerkiksi siitä syystä, että markkinoilla on vain vähän tai ei lainkaan vaihtoehtoisia toimittajia, tai siirtymisestä aiheutuisi huomattavia kustannuksia;
- kilpailijoilla on esimerkiksi hallussaan olevan vapaan kapasiteetin vähäisyyden tai sen käyttämiseen tai käyttöönottoon liittyvien kustannusten tai rajoitusten johdosta todennäköisesti vain rajoitettusti mahdollisuuksia reagoida kohtuullisessa ajassa hinnankorotuksiin lisäämällä omaa korvaavaa tuotantoaan markkinoilla;
- yrityskaupan tuloksena syntyisi yritys, jolla olisi esimerkiksi patentteihin tai muihin immateriaalioikeuksiin liittyvän määräysvallan, tuotantopanosten toimittamiseen tai jakelumahdollisuuksiin liittyvän määräys- tai vaikutusvallan, tai esimerkiksi sillä olevan ylivoimaisen taloudellisen tai rahoituksellisen aseman johdosta kyky vaikeuttaa kilpailijoiden laajentumista tai markkinoille tuloa;
- yksi yrityskaupan osapuolista on ns. "villi" tai "häirikköyritys" jonka vaikutus kilpailudynamiikkaan on huomattavampi kuin esimerkiksi sen markkinaosuuden perusteella voisi päätellä, tai kyseessä on äskettäin markkinoille tullut uusi kilpailija tai niille pyrkivä vahva potentiaalinen kilpailija, jonka voidaan odottaa tulevaisuudessa aiheuttavan merkittävää kilpailupainetta markkinoilla jo toimivia yrityksiä kohtaan.

Yllä esitetty luettelo ei ole tyhjentävä. Se ei ole myöskään lista edellytyksistä joiden kaikkien tulisi täyttyä, tai seikoista jotka yksinään välttämättä muodostuisivat ratkaiseviksi, jotta todennäköisistä merkittävistä kilpailunvastaisista koordinoimattomista vaikutuksista voitaisiin puhua. Se on pikemminkin esimerkkiluettelo tekijöistä, joita Kilpailuvirasto voi ottaa huomioon arvioidessaan tällaisten vaikutusten todennäköisyyttä ja merkitystä markkinoilla.

Käytännössä eri tekijöiden merkitys arviointia ajatellen voi vaihdella tapauksesta riippuen. Esimerkiksi arvioitaessa koordinoimattomia vaikutuksia homogeenisten tuotteiden markkinoilla voi usein olla perusteltua kiinnittää huomiota muun muassa yrityskaupan osapuolten markkinaosuuksiin, markkinoiden keskittyneisyyteen, kilpailijoiden määrään ja todelliseen merkitykseen markkinoilla, kuten kapasiteettirajoituksista johtuviin mahdollisuuksiin reagoida keskittymän toteuttamiin hinnankorotuksiin tai tuotannonsupistuksiin sekä asiakkaiden mahdollisuuksiin siirtyä käyttämään vaihtoehtoisia myyjiä.

Joissain tilanteissa taas voi olla aiheellista arvioida esimerkiksi sitä, kuinka läheisten kilpailijoiden välisestä keskittymästä yrityskaupassa on kyse. Kilpailunvastaiset vaikutukset ovat yleensä todennäköisempiä sellaisissa heterogeenisten tuotteiden markkinoilla toteutetuissa yrityskaupoissa, joissa osapuolten tuotteet ovat huomattavalle osalle asiakkaita läheisimpiä korvaavia vaihtoehtoja, eikä vastaavassa määrin korvaavia tuotteita ole tarjolla kilpailijoiden toimesta, kuin sellaisissa yrityskaupoissa, joissa yrityskaupan yhden osapuolen tuotteelle löytyy toisen osapuolen tuotetta paremmin korvaavia läheisempiä kilpailevia vaihtoehtoja.

Hyödyllistä viitettä kilpailun läheisyydestä voidaan saada esimerkiksi arvioimalla tuotteiden hintojen välistä ristijoustoa tai myynnin suhteellista siirtymää osapuolten välillä⁹¹. Keskittymä johtaa yleensä sitä todennäköisemmin merkittäviin hinnankorotuksiin, mitä parempi on sen osapuolten tuotteiden välinen korvattavuus. Viitettä mahdollisista yrityskauppaa seuraavista kannattavista hinnankorotuksista voidaan saada esimerkiksi tarkastelemalla keskittymää edeltäviä osapuolten tuotteiden marginaaleja⁹² ja asiakkaiden herkkyyttä reagoida muutoksiin osapuolten tuotteiden hinnoissa⁹³. Läheisten kilpailijoiden välisen yrityskaupan aiheuttamia mahdollisia kannattavia hinnankorotuksia silmällä pitäen voi olla hyödyllistä hankkia myös muuta täydentävää informaatiota sekä hyödyntää erilaisia esimerkiksi taloustieteellisiä arviointimenetelmiä.

Koordinoimattomiin vaikutuksiin johtava yrityskauppa useimmiten estää olennaisesti tehokasta kilpailua luomalla yhden yrityksen määräävän markkina-aseman tai vahvistamalla sitä. Joissain tilanteissa koordinoimattomia vaikutuksia aikaansaava yrityskauppa voi johtaa olennaiseen tehokkaan kilpailun vähenemiseen myös ilman, että se luo tai vahvistaa varsinaista määräävää markkina-asemaa. Tällöin voi kyseessä olla esimerkiksi edellä mainitun kaltainen kahden selvästi parhaiten toisiaan korvaavan heterogeenisen tuotteen valmistajan välinen keskittymä, jolla luodaan oligopolististen markkinoiden toiseksi suurin yritys. Yrityskaupan osapuolten välisen merkittävän kilpailupaineen poistumisen lisäksi tällainen yrityskauppa saattaa vaikuttaa laajemminkin markkinoiden kilpailuintensiteettiin vähentämällä myös jäljelle jääviin kilpailijoihin kohdistuvaa kilpailupainetta.

91 Mitä mittavammasta suhteellisesta asiakkaiden siirtymästä yrityskaupan osapuolten välillä puhutaan, sitä läheisempinä kilpailijoina osapuolia lähtökohtaisesti myös voidaan pitää, ja sitä todennäköisempinä voidaan yleensä myös pitää huomattavia yrityskaupan jälkeisiä hinnankorotuksia. Hyödyllistä saattaa myös olla tarkastella sitä, missä suhteessa asiakkaita menetetään muille kilpailijoille.

92 Korkeat marginaalit parantavat keskittymän kattamaa myynnin arvoa ja voivat siten lisätä hinnankorotusten todennäköisyyttä.

93 Viitettä tästä voidaan hakea esimerkiksi arvioimalla tuotteen kysynnän hintajoustoa.

7.2.2 Koordinoitua vaikutukset

Yrityskauppa voi johtaa myös niin sanottuihin koordinoituihin vaikutuksiin (usein puhutaan myös ns. yhteisestä määräävästä markkina-ase-masta). Yrityskaupan aikaansaamat muutokset kilpailudynamiikassa voivat johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen myös lisää-mällä todennäköisyyttä, että markkinoilla aiemmin itsenäisesti toimi-neet yritykset ryhtyvät yhteensovittamaan käyttäytymistään, esimerkiksi nostaakseen tuotteiden hintoja tai vähentääkseen niiden laatua tai tuo-tantomääriä. Yrityskaupan seurauksena jo ennen yrityskauppaa alkanut toimintojen koordinoiminen voi myös esimerkiksi helpottaa tai tehos-tua tai tulla kestävämmäksi.

Toimintojen koordinoiminen voi tapahtua monella eri tavoin. Se voi tarkoittaa esimerkiksi korkeampien hintojen ylläpitämistä, tuotanto-määrien supistuksia tai markkinoiden jakamista esimerkiksi maantie-teellisesti tai asiakasryhmittäin.

Koordinoitua vaikutukset ilmenevät tyypillisesti keskittyneillä oligo-polistisilla markkinoilla, joilla kaksi tai useampi yritystä havaitsee mah-dolliseksi ja taloudellisesti kannattavaksi koordinoitua kaupallisia pää-töksiään. Koordinoimisen ei tarvitse olla nimenomaista, eikä se siten edellytä esimerkiksi varsinaista yritysten välistä tietojenvaihtoa. Jo niin sanottu hiljainen yhteensovittaminen voi olla riittävää. Riittää, että kak-si tai useampi yritystä tiedostaa keskinäisen riippuvuussuhteensa sekä koordinoitua käyttäytymisen mukanaan tuoman hyödyn.

Koordinoitua vaikutuksia arvioitaessa kiinnitetään lähtökohtaisesti huomiota mahdollisuuteen saavuttaa yhteinen näkemys yhteensovitta-misen ehdoista sekä siihen, olisiko tuloksena oleva koordinoitua käyttäy-tyminen todennäköisesti kestävä. Menestyäkseen tai tullakseen toden-näköisemmäksi koordinoimiselta edellytetään yleensä seuraavaa:⁹⁴

Ensinnäkin yhteensovittaminen on yleensä sitä todennäköisempää, mitä helpommin siihen osallistuvat yritykset saavuttavat yhteisen näke-myksen siitä, miten yhteensovitettu käyttäytyminen voisi toimia. Tähän voivat vaikuttaa useat eri tekijät, kuten markkinoiden läpinäkyvyys, yri-tysten välillä vallitsevat mahdolliset rakenteelliset yhteydet, kuten osak-keiden ristikkäisomistus tai yhteisyrittäjäjärjestelyt, se puhutaanko mark-kinaosuuksiltaan ja kustannusrakenteeltaan symmetrisistä yrityksistä sekä esimerkiksi se, onko kyse homogeenisista vai erilaistetuista tuot-teista. Yhteisen näkemyksen löytyminen on yleensä sitä helpompaa, mitä yksinkertaisemmassa, vakaammassa ja avoimemmassa taloudelli-

⁹⁴ Ks. unionin yleisen tuomioistuimen (ent. ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin) päätös asiassa T-342/99, *Airtours v. komissio*.

sessä ympäristössä yhteensovittaminen tapahtuu ja mitä vähemmän siihen osallistuu yrityksiä. Jotta koordinoitu käyttäytyminen olisi kestävä, on siihen osallistuvien yritysten lisäksi riittävässä määrin kyettävä valvomaan, että myös muut koordinoitun toiminnan osapuolet noudattavat yhteistä toimintalinjaa. Tämä on yleensä sitä helpompaa, mitä avoimemmista ja toimintamalleiltaan läpinäkyvämmistä markkinoista puhutaan.

Toiseksi koordinoimiseen osallistuvilla yrityksillä on oltava käytössään toimivia ”kurinpitomekanismeja”, jotka muodostavat uskottavan pelotteen olla poikkeamatta yhteisestä toimintalinjasta. Vaikka toimintojen koordinoiminen on siihen osallisten yritysten yhteisessä intressissä, yksittäisillä yrityksillä voi usein olla myös omia lyhyen tähtäimen intressejä poiketa yhteisistä toimintamalleista, esimerkiksi laskemalla hintojaan tai myymällä oman maantieteellisen alueensa ulkopuolelle. Koordinoimiseen osallistuvilla yrityksillä on oltava käytössään riittäviä kurinpitomekanismeja vakuuttamaan osapuolet siitä, että yhteensovittamisen ehtojen noudattaminen on niiden etujen mukaista. Muodostaakseen toimivia kannusteita kurinpitomekanismien on oltava uskottavia, oikea-aikaisia ja riittäviä vakuuttamaan yritykset siitä, ettei yhteisistä toimintalinjoista poikkeaminen ole kannattavaa. Kurinpitotoimenpiteet voivat olla monenmuotoisia, kuten voimakkaita hinnanleikkauksia tai tuotannon lisäyksiä tai esimerkiksi yhteistoiminnan tai -yrityksen lopettamiseen kohdistuvia toimenpiteitä, ja ne voivat kohdistua myös muille markkinoille kuin niille, joilla yhteistoiminta tapahtuu.

Kolmanneksi, koordinoinnin ulkopuolisten tahojen, kuten nykyisten ja potentiaalisten kilpailijoiden tai asiakkaiden, reaktiot eivät saisi vaarantaa yhteisestä toimintalinjasta odotettavissa olevia tuloksia. Menestyksenkäs, kestävä toimintojen koordinoiminen on epätodennäköistä, jos yhteensovittamisen ulkopuoliset jo markkinoilla olevat kilpailijat, kuten joukko pieniä nykyisiä kilpailijoita (ns. ”fringe”) tai vahvat potentiaaliset kilpailijat tai esimerkiksi huomattavan neuvotteluvoiman omaavat asiakkaat voisivat horjuttaa koordinoinnin vakautta.⁹⁵

Useat eri tekijät voivat antaa viitettä siitä, johtavatko yrityskaupan aikaansaamat muutokset kilpailudynamiikassa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen lisäämällä koordinoitujen vaikutusten todennäköisyyttä tai tekemällä ennen yrityskauppaa alkaneen koordinoimisen esimerkiksi helpommaksi ja kestävämmäksi. Tällaisia seikkoja voivat olla esimerkiksi:

⁹⁵ Esimerkiksi jos joukolla pieniä jo markkinoilla olevia kilpailijoita olisi riittävä kyky ja kannustin tehdä oligopolin jäsenten toimeenpanemat kapasiteettivähennykset kannattamattomiksi lisäämällä omaa kapasiteettiaan.

- markkinat ovat huomattavan keskittyneet
- markkinoille jää yrityskaupan seurauksena vain vähäinen määrä yrityksiä
- koordinoimiseen osallistuvat yritykset ovat esimerkiksi markkinaosuuksiltaan ja kustannusrakenteeltaan symmetrisiä ja niiden tuotteet homogeenisia
- markkinat ovat avoimet ja läpinäkyvät
- markkinoilla on mahdollisia koordinoimista ja tietojen vaihtoa edesauttavia institutionaalisia tekijöitä, kuten erilaisia liittoja tai järjestöjä, tai yritykset ovat osapuolina erilaisissa käytännön järjestelyissä, kuten erilaisissa tietojen vaihtoon liittyvissä sopimuksissa
- markkinaosuudet ovat pysyneet varsin stabiileina
- kysyntä ja kustannukset pysyvät stabiileina ja helposti ennakoitavina
- yksi yrityskaupan osapuolista on ns. "villi" tai "häirikköyritys", jonka vaikutus kilpailudynamiikkaan on huomattavampi kuin esimerkiksi sen hallussa olevan markkinaosuuden perusteella voisi päätellä, tai kyseessä on äskettäin markkinoille tullut uusi kilpailija tai niille pyrkivä vahva potentiaalinen kilpailija, jonka voidaan odottaa tulevaisuudessa aiheuttavan merkittävää kilpailupainetta markkinoilla jo toimivia yrityksiä kohtaan.

Yllä esitetty luettelo ei ole tyhjentävä esitys. Se ei ole myöskään lista edellytyksistä, joiden kaikkien tulisi täyttyä, tai seikoista jotka yksinään välttämättä muodostuisivat ratkaiseviksi, jotta todennäköisistä merkittävistä kilpailunvastaisista koordinoituista vaikutuksista voitaisiin puhua. Se on pikemminkin esimerkkiluettelo tekijöistä, joita Kilpailuvirasto ottaa huomioon arvioidessaan tällaisten vaikutusten todennäköisyyttä ja merkitystä markkinoilla.

7.2.3 Eräät erityistilanteet

(i) Yrityskauppa luo tai vahvistaa ostajavoimaa

Horisontaalinen yrityskauppa voi johtaa tehokkaan kilpailun estymiseen lisäämällä yhden tai useamman yrityksen markkinavoimaa suhteessa kilpailijoihin ja asiakkaisiin. Joissain tilanteissa horisontaalinen yrityskauppa voi johtaa tehokkaan kilpailun estymiseen myös suhteessa tavarantoimittajiin luomalla tai vahvistamalla yhden tai useamman

yrityksen neuvotteluvoimaa (ns. ostajavoimaa) tuotantoketjun alkupään markkinoilla.

Yrityskaupan seurauksena syntynyt tai vahvistunut ostajavoima voi mahdollistaa yritykselle aseman, jonka turvin sillä on mahdollisuus saavuttaa alhaisempia hintoja tai muutoin vaikuttaa edullisempien ehtojen saavuttamiseen. Esimerkiksi luomalla määräävän markkina-aseman tai vahvistamalla sitä, ostajavoima saattaa antaa yritykselle mahdollisuuden toimia riittävässä määrin riippumattomasti suhteessa tavarantoimittajiin ja siten vaikuttaa merkittävästi keskeisiin kilpailutekijöihin.

Ostajavoima ei välttämättä aiheuta kilpailuongelmia tai ole kuluttajille haitallista. Lisääntynyt ostajavoima saattaa edesauttaa yritystä neuvottelemaan itselleen esimerkiksi alhaisemmat tuotantopanosten hinnat. Esimerkiksi tilanteessa, jossa ostajapuolen markkinat ovat tehokkaasti kilpaillut ja yritykset pakotettuja siirtämään kustannussäästöt tuotantopanoksissa kuluttajahintoihin, saattaa ostajavoima johtaa alhaisempiin kuluttajahintoihin.⁹⁶

Edellytyksenä tälle kuitenkin yleensä on, ettei ostajavoima johda kokonaistuotannon vähenemiseen tai rajoita kilpailua tuotantoketjun loppupään markkinoilla. Erityisesti jos kyseessä ovat huomattavan hajaantuneet tavarantoimittajien (tuotantoketjun alkupään) markkinat, ostajavoimaisen yrityksen mahdollisuus esimerkiksi vaikuttaa hintoihin tuotantopanosten määrää vähentämällä saattaa johtaa tuotannon kokonaissupistumiseen lopputuotteen markkinoilla, ja siten todennäköiseen haittaan myös kuluttajille. Ostajavoiman syntymisellä tai sen vahvistumisella voi olla merkittäviä kilpailunvastaisia vaikutuksia myös tuotteen loppupään markkinoilla. Ostajavoimainen yritys saattaa käyttää hyväksi asemaansa suhteessa tavarantoimittajiin sulkeakseen kilpailijoita tuotteen loppupään markkinoilta, esimerkiksi painostamalla tavarantoimittajia pidättäytymään toimituksista sen kilpailijoille, mikä puolestaan voi entisestään lisätä ostajavoimaisen yrityksen markkinavoimaa kyseisillä markkinoilla sekä johtaa huomattavaan haittaan myös kuluttajille.⁹⁷

(ii) Yrityskauppa eliminoi potentiaalisen kilpailijan

Olennessa tehokasta kilpailua estävissä yrityskaupoissa on useimmiten kyse samoilla relevanteilla markkinoilla jo toimivien kilpailijoiden

⁹⁶ Joissain tilanteissa ostajavoima saattaa myös luoda merkittävän tasapainottavan voiman suhteessa markkinavoimaiseen, esimerkiksi määräävässä markkina-asemassa olevaan tavarantoimittajaan, rajoittamalla sen mahdollisuutta toimia asiakkaistaan riippumattomasti ja siten vähentää markkinoiden mahdollisia kilpailuongelmia. Ks. 7.4.1. Asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoima.

⁹⁷ Tällaisessa tilanteessa esimerkiksi tuotantopanosten hankinnassa saavutetut kustannussäästöt jäävät mitä todennäköisimmin siirtymättä kuluttajahintoihin.

välisestä transaktiosta. Joissain tilanteissa myös yrityskauppa, jonka osapuolilla ei ole olemassa olevia päällekkäisiä toimintoja samoilla relevanteilla markkinoilla, voi johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen. Tällainen tilanne voi olla kyseessä, mikäli yrityskauppa eliminoi potentiaalisen kilpailijan.

Tilanteissa, joissa yksi kaupan osapuolista toimii markkinoilla, joilla sen paremmin kilpailevat yritykset kuin asiakkaatkaan eivät kykene muodostamaan riittävää kilpailupainetta, yrityskauppa potentiaalisen kilpailijan kanssa voi johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen. Tällaisella yrityskaupalla voi olla hyvin samantapaisia - koordinoimattomia tai koordinoituja - kilpailunvastaisia vaikutuksia kuin kaupalla, jonka osapuolina on yrityksiä, joilla on samoilla markkinoilla jo olemassa olevia päällekkäisiä toimintoja. Se eliminoi merkittävän kilpailupaineen lähteen, joka huomattavasti rajoittaisi (ja mahdollisesti jo nykyisellään rajoittaa) markkinoilla toimivien yritysten käyttäytymistä.

Tällaiselta kilpailijalta edellytetään yleensä, että kyseessä on yritys, joka jo nykyisellään aiheuttaa huomattavaa kilpailupainetta tai joka lähitulevaisuudessa hyvin todennäköisesti tulisi luomaan huomattavaa kilpailupainetta. Tällaisen kilpailijan markkinoille tulon on oltava todennäköistä sekä mm. taloudellisesti mahdollista esimerkiksi siitä syystä, että yrityksellä on riittävästi varoja selvittääkseen markkinoille tulon vaatimista uponneista kustannuksista ja että se olisi myös valmis kantamaan vaaditut kustannukset tullakseen markkinoille lyhyessä ajassa. Edelleen ei myöskään ole olemassa muita vastaavia kilpailijoita, jotka kykenisivät ylläpitämään riittävää kilpailupainetta yrityskaupan jälkeen. Tällainen kilpailija on usein sitä todennäköisemmin kyseessä, mitä läheisemmistä tuotemarkkinoista ja maantieteellisistä markkinoista osapuolten välillä puhutaan.

7.3 Kilpailunvastaiset vaikutukset muissa kuin horisontaalisissa yrityskaupoissa

Tässä osiossa tarkastellaan vertikaalisten yrityskauppojen ja monialayrityskauppojen arviointia. Tarkastelussa keskitytään eräisiin vertikaalisten yrityskauppojen ja monialayrityskauppojen kilpailuvaikutusten arvioinnin kannalta merkityksellisiin erityispiirteisiin. Edellä alajaksossa 7.2 annettu yleisesitys horisontaalisten yrityskauppojen arvioinnista pätee soveltuvin osin myös tässä osiossa käsiteltäviin ei-horisontaalisiin yrityskauppoihin.

7.3.1 Yleistä

Vertikaalisella yrityskaupalla tarkoitetaan hyödykkeen jalostusketjun eri vaiheessa toimivien yritysten välistä keskittymää, jossa esimerkiksi tietyn hyödykkeen valmistaja sulautuu samaan jalostusketjuun kuuluvan jakelijan kanssa. Monialayrityskaupoissa yrityskaupan osapuolet puolestaan toimivat sellaisilla erillisillä markkinoilla, joilla ei ole suoria horisontaalisia eikä vertikaalisia yhteyksiä.

Ei-horisontaaliset yrityskaupat johtavat yleensä harvemmin merkittäviin kilpailuongelmiin kuin horisontaaliset yrityskaupat. Toisin kuin horisontaalinen yrityskauppa, vertikaalinen yrityskauppa ja monialayrityskauppa eivät suoraan vaikuta kahden tai useamman samalla markkinalla toimivan yrityksen väliseen kilpailuasetelmaan. Tällaisten yrityskauppojen osapuolet eivät toimi samoilla relevanteilla markkinoilla, eivätkä ole toistensa välittömiä kilpailijoita. Puhtaasti ei-horisontaalinen yrityskauppa ei suoraan vähennä markkinoilla toimivien (tai sinne pyrkivien potentiaalisten kilpailijoiden) lukumäärää, eikä sillä ole suoraa vaikutusta osapuolten markkinaosuuksiin ja markkinoiden keskittyyneisyyteen.⁹⁸

Ei-horisontaaliset yrityskaupat tarjoavat usein myös hyvät mahdollisuudet huomattavienkin tehokkuusetujen saavuttamiselle. Esimerkiksi vertikaalisille yrityskaupoille on usein ominaista, että osapuolten toiminnot ja niiden tarjoamat tavarat tai palvelut ovat toisiaan täydentäviä. Tällaisiin toisiaan täydentävien toimintojen, tuotteiden tai palveluiden yhdistämiseen liittyy usein tehokkuusetuja, jotka puolestaan voivat lisätä osapuolten kykyä ja kannustinta toimia kilpailua edistävällä tavalla kuluttajien hyödyksi.⁹⁹ Myös esimerkiksi toisiaan täydentäviä tuotteita tai palveluita tarjoavien yritysten välinen monialayrityskauppa voi johtaa huomattaviin tehokkuusetuihin ja sitä kautta alhaisempiin hintoihin sekä muihin etuihin kuluttajille.¹⁰⁰

98 Esimerkiksi vertikaalisessa yrityskaupassa mahdolliset markkinavoiman lisäykset tietyllä markkinalla ovat seurausta yritysten välisestä vertikaalisesta linkistä niiden markkinoiden välillä, joilla osapuolet toimivat.

99 Koska tällaisten tuotteiden kysyntä on positiivisesti korreloitunutta (yhden tuotteen hinnankorotus vähentää myös toisen tuotteen kysyntää), yhdistäminen saattaa esimerkiksi lisätä kannustimia laskea hintaa, jolloin integroitunut yritys hyötyy täydentävän tuotteen kysynnän lisäyksestä. Integroituminen saattaa myös lisätä kannustinta esimerkiksi kaksinkertaisten kaupan lisien poistamiseen tai supistamiseen, koska yritys voi saada suuremman hyödyn hinnan laskemisesta ja tuotannon lisäämisestä. Yhdistämisen seurauksena osapuolille voi myös syntyä yhteisiä kannustimia kasvattaa myyntiä yhdellä tasolla saadakseen hyötyjä toisella tasolla esimerkiksi panostamalla palveluun tai tuoteinnovointiin, tai tehostaa toimintojaan investoimalla uusiin tuotantoprosesseihin tai parantamalla tuotannon ja jakelun koordinoitua.

100 Näin on erityisesti tilanteessa, jossa puhutaan toisiaan symmetrisesti täydentäviä tuotteita tai palveluita tarjoavien yritysten välisestä monialayrityskaupasta; ts. tuotteista tai palveluista, jotka ovat yhtäläisesti toisiaan täydentäviä.

Tehokas kilpailu voi kuitenkin olennaisesti estyä myös ei-horisontaalisten yrityskauppojen seurauksena. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa yritys saa vertikaalisen yrityskaupan seurauksena haltuunsa tärkeitä hankintalähteitä tai jakelukanavia, joista myös kilpailijat ovat riippuvaisia. Myös monialayrityskaupoilla voi tietyissä erityistapauksissa olla merkittäviä kielteisiä kilpailuvaikutuksia. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa yrityskauppa antaa keskittymälle mahdollisuuden hyödyntää sen jollain toisilla markkinoilla hankkimaa markkinavoimaa sulkeakseen kilpailijoita tarkasteltavilta markkinoilta ja pienentääkseen siten siihen kohdistuvaa kilpailupainetta. Vertikaalinen yrityskauppa ja monialayrityskauppa voivat lisäksi vaikuttaa kielteisesti yrityskaupan jälkeisiin kilpailuedellytyksiin myös esimerkiksi lisäämällä todennäköisyyttä, että ennen yrityskauppaa itsenäisesti toimineet yritykset ryhtyvät koordinoimaan käyttäytymistään tai aiemmin itsenäisesti toimivien yritysten koordinoitu käyttäytyminen esimerkiksi helpottuu tai tehostuu.¹⁰¹

Kuten horisontaalisen yrityskaupan, myös vertikaalisen yrityskaupan ja monialayrityskaupan aiheuttamat kilpailunvastaiset vaikutukset voidaan pääasiallisesti jakaa kahteen käsitteelliseen kategoriaan: koordinoimattomiin vaikutuksiin ja koordinoituihin vaikutuksiin. Sama yrityskauppa voi johtaa molempiin vaikutuksiin. Seuraavaksi alajaksoissa 7.3.2 ja 7.3.3 tarkastellaan koordinoimattomia vaikutuksia ja käytännössä yleisintä tällaisiin vaikutuksiin johtavaa tilannetta: markkinoiden sulkemista.

7.3.2 Vertikaaliset yrityskaupat

7.3.2.1 Markkinoiden sulkeminen

Vertikaaliset yrityskaupat johtavat yleensä huomattaviin kilpailuongelmiin lähinnä tilanteessa, jossa yrityskaupan seurauksena syntyvän keskittymän voidaan olettaa aiheuttavan ns. markkinoiden sulkemisen. Markkinoiden sulkeminen voi tapahtua usealla eri tavalla, kuten estämällä potentiaalisten kilpailijoiden markkinoille tuloa tai vaikeuttamalla jo markkinoilla olevien yritysten mahdollisuuksia käyttää tärkeitä tuotantopanosia tai pääsyä toiminnan kannalta merkityksellisiin jakelukanaviin. Tämän seurauksena kilpailijoiden kyky ja kannustimet kilpailla tehokkaasti heikkenevät, mikä puolestaan edesauttaa keskittymän mahdollisuuksia hyväksikäyttää - sen osapuolen yhdellä tai useammalla jalostusketjun markkinalla hallussaan olevaa - markkinavoimaansa asiakkaiden vahingoksi, esimerkiksi korottamalla kannattavasti asiakashintojaan.

¹⁰¹ Koordinoituista vaikutuksista ks. 7.3.4 sekä soveltuvin osin 7.2.2.

Kilpailunvastaisia koordinoimattomia vaikutuksia aiheuttava markkinoiden sulkeminen voidaan toteuttaa kahdessa muodossa, ns. (i) tuotantohyödykemarkkinoiden sulkemisella ja (ii) kysyntämarkkinoiden sulkemisella.

Tuotantohyödykemarkkinoiden sulkemisella viitataan tilanteeseen, jossa yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä todennäköisesti tulisi rajoittamaan jalostusketjun loppupäässä toimivien kilpailijoiden mahdollisuuksia hankkia tärkeitä tuotantopanoksia, mikä puolestaan nostaisi niiden kustannuksia sekä heikentäisi mahdollisuuksia kilpailulla tehokkaasti kyseisillä markkinoilla. Heikentynyt kilpailupaine saattaisi antaa keskittymälle mahdollisuuden esimerkiksi nostaa kannattavasti asiakashintoja.

Kysyntämarkkinoiden sulkemisella puolestaan viitataan tilanteeseen, jossa yrityskauppa todennäköisesti tulisi johtamaan jalostusketjun alkupäässä toimivien kilpailijoiden sulkemiseen markkinoiden ulkopuolelle rajoittamalla niiden mahdollisuuksia muodostaa riittävää asiakaskuntaa ketjun loppupään markkinoilla, mikä puolestaan heikentäisi niiden mahdollisuuksia kilpailla tehokkaasti tuotantoketjun alkupäässä valmistettavien tuotteiden toimituksista. Jalostusketjun alkupäässä toimivien kilpailijoiden sulkeminen markkinoiden ulkopuolelle todennäköisesti johtaisi kilpailijoiden kustannusten kohoamiseen myös ketjun loppupään markkinoilla. Heikentyneen kilpailupaineen seurauksena keskittymälle voisi syntyä mahdollisuus kannattavasti hyväksikäyttää markkinavoimaansa, esimerkiksi nostamalla hintoja tai vähentämällä tuotantoaan, ketjun loppupään markkinoilla.

Markkinoiden sulkeminen voi käytännössä tapahtua usealla eri tavalla. Keskittymä voi rajoittaa kilpailevien yritysten pääsyä markkinoille esimerkiksi lopettamalla kokonaan toimitukset kilpailijoille, rajoittamalla toimitusten määrää, korottamalla niistä perimäänsä hintaa tai heikentämällä muulla tavoin toimitusehtojaan, kuten heikentämällä tuotteidensa laatua tms. Keskittymä voi sulkea markkinat myös esimerkiksi vähentämällä tuotantohyödykkeiden hankintaa ketjun alkupään kilpailijoiltaan tai siirtämällä kaiken tuotantohyödykkeiden hankintansa kilpailijoiltaan ketjun alkupään yksikölleen.

7.3.2.2 Kilpailuvaikutusten arvioiminen

Markkinoiden sulkemisesta johtuvia mahdollisia kilpailuongelmia arvioidessa kiinnitetään yleensä huomiota seuraavien kolmen edellytyksen täyttymiseen: keskittymällä on kyky sulkea markkinat, (ii) keskittymällä on kannustin sulkea markkinat ja (iii) keskittymän toiminnalla on mer-

kittävä haitallinen vaikutus tehokkaaseen kilpailuun ja sitä kautta kuluttajien etuihin tuotantoketjun loppupäässä.

(i) Kyky sulkea markkinat

Kyky sulkea tuotantohyödykemarkkinat edellyttää yleensä, että keskittymällä on hallussaan jalostusketjun loppupäässä toimivan kilpailijan tuotteen valmistamisen kannalta tärkeä tuotantohyödyke, kuten tärkeä komponentti tai merkittävä kustannustekijä suhteessa lopputuotteen hintaan. Keskittymällä on oltava riittävä markkinavoima tuotteen alkupään markkinoilla. Keskittymän kyky riittävässä määrin vaikuttaa ketjun loppupään markkinoilla perittäviin hintoihin ja muihin toimitusehtoihin edellyttää, että sillä on riittävässä määrin mahdollisuus vaikuttaa ketjun alkupään markkinoilla vallitseviin kilpailuolosuhteisiin. Keskittymällä ei todennäköisesti ole valmiuksia sulkea markkinoita, jos sen kilpailijoilla on mahdollisuus tehokkaasti vastata keskittymän yrityksiin heikentää tuotteidensa tai palveluidensa saatavuutta lisäämällä kapasiteettiaan tai tehostamalla toimintaansa.

Kyky sulkea kysyntämarkkinat riippuu puolestaan yleensä siitä, missä määrin jalostusketjun alkupäässä toimiville kilpailijoille jää keskittymän seurauksena jäljelle tehokkaita vaihtoehtoja myydä tuotantoaan ketjun loppupään markkinoilla. Keskittymä aiheuttaa yleensä vähäisempiä kilpailuongelmia markkinoilla joille jää, tai tulevaisuudessa todennäköisimmin muodostuu, laaja riippumattomia toimittajia käyttävä asiakaskunta. Käytännössä keskittymän kykyyn sulkea markkinat vaikuttaa yleensä se, miten merkittävästä ja markkinavoimaisesta asiakkaasta yrittyskaupassa on kyse. Arvioinnissa voi olla tarpeen kiinnittää huomiota useisiin eri seikkoihin, kuten esimerkiksi tuotantohyödykemarkkinoilla vallitseviin mahdollisiin merkittäviin tuotevarioinnin etuihin ja mitatakaavaetuihin.

(ii) Kannustin sulkea markkinat

Keskittymällä on oltava myös riittävä kannustin markkinoiden sulkemiseen. Keskittymällä on yleensä sitä suurempi kannustin markkinoiden sulkemiseen, mitä kannattavammaksi tällainen sulkeminen muodostuisi. Kannattavuuden arviointi edellyttää yleensä punnintaa sulkemisesta aiheutuvien kustannusten ja hintojen korotuksesta saatujen hyötyjen välillä. Tähän voivat vaikuttaa useat seikat, kuten keskittymän alku- ja loppupään markkinoilla nauttimien marginaalien suuruus, keskittymän markkinaosuus ketjun loppupään markkinoilla, keskittymän ket-

jun alku- ja loppupäissä toimivien osien tehokkuus sekä näiden mahdollisesti kohtaamat kapasiteetti- yms. rajoitukset.

(iii) Vaikutus tehokkaaseen kilpailuun ja kuluttajien etuihin

Markkinoiden sulkemiselta edellytetään lisäksi, että sillä olisi merkittävä haitallinen vaikutus tehokkaaseen kilpailuun tapauksen kannalta merkityksellisillä markkinoilla. Markkinoiden sulkeminen voi aiheuttaa merkittäviä kilpailuongelmia esimerkiksi siksi, että sillä suljetaan jokin merkittävä kilpailija markkinoilta tai siksi, että sillä eliminoidaan jokin aggressiivinen pienempi kilpailija. Merkityksellistä tätä arvioitaessa ovat ne kokonaisvaikutukset, joita yrityskaupasta tehokkaalle kilpailulle ja sittemmin asiakkaille todennäköisesti aiheutuisi. Yksittäisille kilpailijoille koitua mahdollinen haitta voi olla viite todennäköisestä kilpailupaineen vähenemisestä ja siten olennaisesta haitasta tehokkaalle kilpailulle, mutta se ei ole itsessään ratkaiseva tekijä arvioinnin kannalta.¹⁰² Käytännössä keskeiseksi muodostuu kysymys siitä, vaikuttaisiko markkinoiden sulkeminen haitallisesti kuluttajien etuihin tuotantoketjun loppupään markkinoilla, esimerkiksi nostamalla kuluttajahintoja.

7.3.3 Monialayrityskaupat

7.3.3.1 Markkinoiden sulkeminen

Monialayrityskaupat johtavat yleensä huomattaviin kilpailuongelmiin lähinnä tilanteessa, jossa yrityskauppa antaa keskittymälle mahdollisuuden hyödyntää sen jollain toisilla markkinoilla hankkimaa markkinavoimaa sulkeakseen kilpailijoita tarkasteltavilta markkinoilta. Kilpailijoiden heikentynyt kilpailukyky ja kannustimet kilpailla tehokkaasti pienentävät keskittymään kohdistuvaa kilpailupainetta, mikä puolestaan edesauttaa keskittymän mahdollisuuksia hyväksikäyttää markkinavoimaansa asiakkaiden vahingoksi, esimerkiksi korottamalla kannattavasti asiakashintoja.

Yrityskaupan seurauksena syntyvällä keskittymällä voi olla useita eri tapoja toteuttaa tällainen tehokasta kilpailua olennaisesti estävä markkinoiden sulkeminen. Suoraviivaisin tapa käyttää hyväksi yksillä markkinoilla hankittua markkinavoimaa kilpailijoiden sulkemiseen joltain toisilta markkinoilta on yhdistää eri relevanteille markkinoille kuuluvat tuotteet yhdeksi kokonaisuudeksi, joko sitomalla tai niputtamalla tuotteet toisiinsa. Sitominen viittaa yleensä tilanteeseen, jossa tiettyä tuotet-

102 Täten muun muassa yrityskauppa joka vaikeuttaa joidenkin kilpailijoiden asemaa, mutta johon samalla liittyy riittävässä määrin esimerkiksi tasapainottavia tehokkuusetuja, voi tulla hyväksytyksi. Tasapainottavien tekijöiden harkintaan liittyviä peruseriaatteita käsitellään jäljempänä alajaksossa 7.4.

ta (A), niin sanottu “sitova tuote”, voi hankkia ainoastaan yhdessä toisen tuotteen (B), niin sanottu “sidottu tuote”, kanssa. Niputtamisella puolestaan ymmärretään tilannetta, jossa tiettyjä tuotteita, esimerkiksi A ja B, myydään ainoastaan yhtenä kokonaisuutena tai, jossa tiettyjen tuotteiden, kuten A ja B, yhteishinta on, esimerkiksi erilaisista alennuskäytännöistä johtuen, alhaisempi yhdessä ostettuna kuin jos ne ostettaisiin kukin erikseen.

7.3.3.2 Kilpailuvaikutusten arvioiminen

Markkinoiden sulkemisesta johtuvia mahdollisia kilpailuongelmia arvioitaessa kiinnitetään yleensä huomiota seuraavien kolmen edellytyksen täytymiseen: (i) keskittymällä on kyky sulkea markkinat, (ii) keskittymällä on kannustin sulkea markkinat ja (iii) keskittymän toiminnalla on merkittävä haitallinen vaikutus tehokkaaseen kilpailuun ja sitä kautta kuluttajien etuihin tapauksen kannalta merkityksellisillä markkinoilla.

(i) Kyky sulkea markkinat

Kilpailua olennaisesti estävä tuotteiden sitominen tai niputtaminen edellyttää yleensä, että keskittymällä on huomattavaa markkinavoimaa vähintään yhdellä tarkasteluun liittyvistä markkinoista; esimerkiksi sitova tuote A on asiakkaiden näkökulmasta tärkeä tuote, jolle on esimerkiksi tuotteiden eriyttämisen tai kilpailijoiden kapasiteettirajoitusten johdosta saatavilla ainoastaan muutamia todellisia vaihtoehtoisia tuotteita.

Kilpailunvastaisia vaikutuksia aiheuttava markkinoiden sulkeminen tuotteita sitomalla tai niputtamalla on yleensä todennäköisempää, kun keskittymän tuotteilla on laaja yhteinen asiakaskunta, josta merkittävämpi osa olisi valmis ostamaan tuotteita yhdessä kuin erikseen. Tällä saattaa olla huomattavaa merkitystä yksittäisten tuotteiden kysyntään erityisesti kun kyseessä ovat toisiaan täydentävät tuotteet.

Käytännössä useat seikat voivat osoittautua merkityksellisiksi sitä arvioitaessa, olisiko keskittymällä kyky sulkea markkinat tuotteita sitomalla tai niputtamalla. Merkitystä tätä arvioitaessa voi olla esimerkiksi sillä, liittyykö alaan huomattavia mittakaavaetuja ja minkälainen on alan kulloinenkin kysyntärakenne suhteessa alan tuleviin tarjontaolosuhteisiin. Lisäksi saattaa olla aiheellista kiinnittää huomiota mahdollisiin tuotteiden teknisiin ja muihin erityisominaisuuksiin ja niiden vaikutuksiin paitsi asiakkaiden ostokäyttäytymiseen, myös keskittymän omiin mahdollisuuksiin sitoutua esimerkiksi pitkäkestoiseen sitomis- tai niputtamisstrategiaan. Tuotteet saattavat olla esimerkiksi teknisten eri-

tyisominaisuuksiensa johdosta sellaisia, joita ostavat pääasiallisesti eri asiakkaat. Toisaalta asiakkailla saattaa olla esimerkiksi kuljetuskustannuksiin liittyvien säästöjen johdosta vahva kannustin ostaa tiettyä tuotevalikoimaa yhdeltä toimittajalta usean yksittäisen toimittajan sijaan.¹⁰³

(ii) Kannustin sulkea markkinat

Keskittymällä on oltava myös riittävä kannustin markkinoiden sulkemiseen. Keskittymällä on yleensä sitä suurempi kannustin markkinoiden sulkemiseen, mitä kannattavammaksi tällainen sulkeminen muodostuisi. Kannattavuuden arviointi edellyttää yleensä punnintaa markkinoiden sulkemisesta aiheutuvien kustannusten ja markkinaosuuksien kasvatamisesta tai lisääntyneen markkinavoiman mahdollistamasta hintojen korotuksesta saatujen hyötyjen välillä kyseisillä markkinoilla. Tähän voivat vaikuttaa useat seikat kuten se, kuinka merkittävässä määrin sitominen tai niputtaminen vaikuttaisi asiakkaiden halukkuuteen siirtyä kilpailuviin tuotteisiin tai tuotekokonaisuuksiin, kunkin tuotteen suhteellinen arvo keskittymälle¹⁰⁴, keskittymän omistussuhteet¹⁰⁵, se olisiko kyseessä mahdollisesti lainvastainen menettelytapa sekä esimerkiksi se, missä määrin sitominen tai niputtaminen vaikuttaa keskittymän mahdollisuuksiin lisätä markkinavoimaansa sidottujen tuotteiden markkinoilla ja/tai säilyttää markkinavoimansa sitovien tuotteiden markkinoilla.

(iii) Vaikutus tehokkaaseen kilpailuun ja kuluttajien etuihin

Kilpailunvastaiselta markkinoiden sulkemiselta edellytetään lisäksi, että sillä olisi merkittävä haitallinen vaikutus tehokkaaseen kilpailuun ja sitä kautta todennäköistä haittaa myös asiakkaille tarkasteltavilla markkinoilla. Markkinoiden sulkeminen voi aiheuttaa merkittäviä kilpailuongelmia esimerkiksi siksi, että sillä suljetaan jokin merkittävä kilpailija markkinoilta tai eliminoidaan jokin aggressiivinen pienempi kilpailija. Lisäksi merkittäviä kilpailuongelmia voi aiheuttaa potentiaalisen kilpailijan

¹⁰³ Vaikka tuoteportfolion laajuus ei itsessään välttämättä aiheutakaan huomattavia kilpailuongelmia, joissain tilanteissa tuotevalikoiman laajuus saattaa muodostua markkinavoimaa lisääväksi tekijäksi. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa asiakkaat arvostavat monipuolisuutta ja ovat halukkaita ostamaan sekä tuotteen A että tuotteen B (esimerkiksi pelkän A:n sijaan) ja tällaisten tuotevalikoimien tuottaminen edellyttää huomattavia kiinteitä kustannuksia, eikä markkinoilla ole kuin muutama, tai ei lainkaan, kilpailevia yrityksiä, joilla olisi kyky tuottaa vastaavia tuotevalikoimia.

¹⁰⁴ Keskittymällä tuskin olisi kannustinta luopua huomattavassa määrin myynnistä markkinoilla, joilla se nauttii merkittäviä marginaaleja, hankkiakseen markkinaosuutta joltain toisilta vähemmän kannattavilta markkinoilta.

¹⁰⁵ Esimerkiksi yhteisyritystilanteessa merkitystä voi olla esimerkiksi sillä seikalla, toimivatko kummatkin omistajayritykset myös samoilla sidotun tuotteen lähimarkkinoilla ja olisiko kummallakin siten vastaavanlainen kannustin luopua myynnistä sitovan tuotteen markkinoilla lisätäkseen myyntiä ensin mainituilla markkinoilla.

markkinoille pääsyn estäminen esimerkiksi vaikuttamalla markkinoihin siten, että markkinoille tulosta tulee kannattava vain, jos potentiaalinen kilpailija tulee useammille eri (sidottujen tai niputettujen tuotteiden) markkinoille samanaikaisesti.

Toisaalta yrityskaupan aiheuttamat huomattavat kilpailunvastaiset vaikutukset ovat epätodennäköisempiä, mikäli joillekin markkinoille joko jää vielä yrityskaupan jälkeenkin huomattava joukko kilpailevia yrityksiä, jotka voivat esimerkiksi aggressiivisella hintakilpailulla haastaa keskittymän. Näin voi myös olla, mikäli markkinoille jää pienempi joukko kilpailijoita, jotka esimerkiksi niillä olevan huomattavan kapasiteetin johdosta kykenisivät laajentamaan tuotantoaan. Toisin kuin yksittäisiä tuotteita tarjoavalla yrityksellä, useampia täydentäviä tuotteita sitovalla tai niputtavalla yrityksellä voi lisäksi olla mahdollisuus ottaa arvioinnissaan huomioon ne kokonaisvoitot, joita yhden tuotteen hinnan alentamisesta ja sen mahdollisesta myönteisestä vaikutuksesta toisen tuotteen myyntiin seuraa. Monialayrityskauppa voi siten antaa keskittymälle myös kannustimen alentaa hintojaan.

Merkityksellisiä arvioinnin kannalta ovat kokonaisvaikutukset, joita yrityskaupasta tehokkaalle kilpailulle ja sittemmin asiakkaille todennäköisesti aiheutuisi. Yksittäisille kilpailijoille koitua mahdollinen haitta voi olla viite todennäköisestä kilpailupaineen vähenemisestä ja siten olennaisesta haitasta tehokkaalle kilpailulle, mutta se ei ole itsessään ratkaiseva tekijä arvioinnin kannalta.¹⁰⁶ Keskeiseksi muodostuu kysymys siitä, johtaisiko markkinoiden sulkeminen kuluttajien etujen heikkeneemiseen, kuten kuluttajahintojen kohoamiseen.

7.3.4 Koordinoitut vaikutukset

Joissain tapauksissa ei-horisontaalinen yrityskauppa voi vaikuttaa kielteisesti yrityskaupan jälkeisiin kilpailuedellytyksiin myös esimerkiksi lisäämällä todennäköisyyttä, että ennen yrityskauppaa itsenäisesti toimineet yritykset ryhtyvät koordinoimaan käyttäytymistään tai jo ennen yrityskauppaa tapahtunut koordinoitu käyttäytyminen esimerkiksi helpottuu tai tehostuu.

Vertikaalisen yrityskaupan seurauksena keskittymä voi esimerkiksi saada merkittävää tietoa ketjun toisen tason markkinoiden myyntihinnoista, mikä voi helpottaa toimintojen yhteensovittamista kyseisillä

¹⁰⁶ Täten muun muassa yrityskauppa, joka vaikeuttaa joidenkin kilpailijoiden asemaa, mutta johon samalla liittyy riittävässä määrin esimerkiksi tasapainottavia tehokkuusetuja, voi tulla hyväksytyksi. Tasapainottavien tekijöiden harkintaan liittyviä peruseriaatteita käsitellään jäljempänä alajaksossa 7.4.

markkinoilla. Vertikaalinen yrityskauppa voi helpottaa toimintojen yhteensovittamista sekä ketjun alkupään että sen loppupään markkinoilla.

Myös monialayrityskauppa voi luoda tai vahvistaa koordinoituja vaikutuksia usein eri tavoin. Markkinoiden sulkemisen seurauksena tapahtuva kilpailijoiden määrän väheneminen tai näiden kilpailukyvyyn huomattava heikkeneminen saattaa lisätä myös monialayrityksen kilpailijoiden kannustimia sopia yhteisistä toimintalinjoista ja hyötyä kohonneesta hintatasosta. Useilla eri toimialoilla toimivat monialayritykset voivat saada helpommin tietoa eri markkinoilla vallitsevista markkinaolosuhteista, mikä puolestaan voi helpottaa yhteisen näkemyksen muodostamista toimintojen yhteensovittamisen ehdoista sekä helpottaa tehokkaiden kurinpitomekanismien ylläpitämistä, koska yhteisestä linjasta poikkeamiset yhdellä markkinalla voidaan tehokkaammin rankaista myös jollain toisella markkinalla.

Koordinoitujen vaikutusten arviointia ja tähän liittyviä peruseriaatteita käsitellään edellä horisontaalisten yrityskauppojen yhteydessä kohdassa 7.2.2. Samat lähtökohdat soveltuvat pääosiltaan myös ei-horisontaalisten yrityskauppojen aiheuttamien mahdollisten koordinoitujen vaikutusten arviointiin.

7.4 Tasapainottavat tekijät

Yrityskaupan seurauksena keskittymälle syntyvä huomattavakaan markkinavoima ei välttämättä johda tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen toteamiseen, mikäli voidaan osoittaa tekijöitä, jotka tehokkaasti tasapainottavat mahdollisia keskittymän muutoin aikaansaamia kilpailuvastaisia vaikutuksia. Eräitä tyypillisimpiä tällaisia tekijöitä käsitellään seuraavaksi.

7.4.1 Asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoima

Asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoiman arvioinnissa on kysymys siitä, onko asiakkailta tai tavarantoimittajilta niin vahva asema suhteessa keskittymään, että ne voivat rajoittaa keskittymän kilpailua estävää käyttäytymistä vaikuttamalla kauppasuhteissa käytettäviin ehtoihin; toisin sanoen, kohtaako yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä riittävää kilpailupainetta asiakkaiden tai tavarantoimittajien taholta.

Tavarantoimittajalla voi olla neuvotteluvoimaa esimerkiksi siten, että sillä on hallussaan jokin merkittävä tuotemerkki, jota suuren ostajavoimaisen asiakkaankaan on mahdoton jättää pois valikoimistaan. Asiakkaalla voi puolestaan olla neuvotteluvoimaa esimerkiksi silloin, kun se

pystyy uskottavasti uhkaamaan siirtymisellä vaihtoehtoihin toimituslähteisiin, mikäli keskittymä toteuttaa aikeensa korottaa hintoja tai heikentää muutoin kauppasuhteissa käytettäviä ehtoja. Näin voi olla esimerkiksi siitä syystä, että markkinoilla on sopivia vaihtoehtoisia toimittajia, joihin asiakas voi kohtuullisen ajan kuluessa vaihtaa, tai asiakkaalla on esimerkiksi kyky kohtuullisessa ajassa integroitua vertikaalisesti toisen toimittajan kanssa tai tukea uusien toimittajien markkinoille tuloa. Edelleen asiakkaan neuvotteluvoima voi ilmetä esimerkiksi kykynä kieltäytyä ostamasta toimittajan muita tuotteita tai viivästyttää ostojaan kyseiseltä toimittajalta (esimerkiksi odottaakseen uusien mahdollisesti tukemiansa toimittajien markkinoille tuloa).

Vaikka onkin todennäköisempää, että merkittävää tasapainottavaa neuvotteluvoimaa on yleisemmin suurilla, esimerkiksi huomattavaa taitotietoa omaavilla yrityksillä, kuin pienillä hajanaisella toimialalla toimivilla yrityksillä, asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoimaa ei voida todeta pelkästään niiden suuren koon perusteella. Suurenkin asiakkaan neuvotteluvoima heikkenee, jos keskittymä esimerkiksi pystyy tarvittaessa hoitamaan itse asiakkaan tehtävät jalostus- tai jakeluketjussa. Se, missä määrin asiakkaiden tai tavarantoimittajien neuvotteluvoima on tehokas vastapaino keskittymän markkinavoimalle, riippuu oleellisesti myös näiden halusta tai tarpeesta vastustaa keskittymän asettamia kauppaehtoja.

Asiakkaiden ja tavarantoimittajien neuvotteluvoimaa voivat rajoittaa useat tekijät, kuten liikesuhteita varten tehdyt erityiset investoinnit, jotka ovat arvokkaita kyseessä olevassa liikesuhteessa ja joita muuten ei voida hyödyntää. Yritys on myös esimerkiksi voinut sopeuttaa oman tuotantonsa kyseisen liikesuhteen tarpeisiin, ja tämän tuotannon muuttaminen on kallista tai se ei ole mahdollista kohtuullisessa ajassa.

Sen arvioiminen, muodostaako asiakkaiden tai tavarantoimittajien neuvotteluvoima riittävän vastavoiman keskittymälle, voi käytännössä edellyttää useiden eri tekijöiden huomioon ottamista. Merkityksellistä tämän arvioinnin kannalta ei kuitenkaan ole se, miten asiakkaiden tai tavarantoimittajien neuvotteluvoima suojaa yksittäisten asiakkaiden tai tavarantoimittajien asemaa suhteessa keskittymään, vaan se, miten neuvotteluvoima yrityskaupan jälkeisissä kilpailuolosuhteissa estää keskittymää käyttämästä hyväksi lisääntyntä markkinavoimaansa.

7.4.2 *Potentiaalinen kilpailu ja markkinoille tulon esteet*

Potentiaalinen kilpailu

Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa otetaan huomioon olemassa olevan kilpailun lisäksi myös potentiaalisten kilpailijoiden aiheuttama kilpailupaine eli se, millaisia mahdollisuuksia muilla kuin markkinoilla jo toimivilla yrityksillä on kohtuullisen lyhyellä aikavälillä ryhtyä kilpailemaan keskittymän kanssa muuttamalla tuotantoaan tai laajentamalla maantieteellistä toiminta-alueitaan.¹⁰⁷

Potentiaalisen kilpailun merkitys yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointiperusteena kulminoituu yleensä kysymyksen markkinoille tulon edellytyksistä. Tällöin keskeiseksi yleensä muodostuu kysymys siitä, voidaanko markkinoille tuloa pitää siinä määrin todennäköisenä, mitattavana ja nopeasti tapahtuvana, että markkinoille tulo tai sen uhka olisi riittävää poistamaan yrityskaupan seurauksena syntyvät kilpailuongelmat.¹⁰⁸

Markkinoille tulon arvioiminen on aina tapauskohtaista harkintaa, joten on mahdotonta antaa tarkkarajaista määritelmää esimerkiksi sille, mitä voidaan pitää riittävän mittavana ja oikea-aikaisena markkinoille tulona estämään markkinavoiman hyväksikäyttämistä. Tämä saattaa riippua useista seikoista, kuten markkinoiden erityispiirteistä, niiden dynamiikasta sekä markkinoille tulevien yritysten taloudellisista resursseista. Markkinoille tulon todennäköisyyttä arvioitaessa kiinnitetään yleensä huomiota siihen, miten taloudellisesti järkevänä markkinoille tuloa voidaan pitää ja minkälaisia mahdollisia riskejä siihen liittyy. Markkinoille tulo on yleensä sitä epätodennäköisempää, mitä suurempia riskejä sen kannattavuuteen liittyy ja mitä merkittävämpiä ovat epäonnistuneen markkinoille tulon kustannukset.

¹⁰⁷ Sinällään myös markkinoilla jo toimivilla kilpailijoilla voi olla merkitystä keskittymän kohtaamaa "potentiaalista" kilpailupainetta ajatellen, jos niillä on esimerkiksi merkittävän vapaan kapasiteettinsa johdosta mahdollisuus reagoida keskittymän tuotannon supistuksella aikaan saamiin hinnankorotuksiin lisäämällä tuotantoaan. Vastaavasti tällainen tuotannon lisäämisen mahdottomuus voi olla yksi osoitus yrityskaupan mahdollisista kilpailunvastaisista koordinoimattomista vaikutuksista. Ks. 7.2.1 Koordinoimattomat vaikutukset.

¹⁰⁸ Potentiaalinen kilpailu on käsitteellisesti syytä erottaa tarjonnan korvattavuudesta, joka voidaan ottaa huomioon relevantteja markkinoita määriteltäessä ja jonka huomioon ottaminen edellyttää yleensä mm. jossain määrin tiukempien aikakriteerien täyttymistä. Mikäli muut tavarantoimittajat voisivat esimerkiksi tuotantoaan lisäämällä tai muuttamalla valmistaa kilpailevia hyödykkeitä ja saattaa niitä kuluttajan tarjolle suhteellisen vaivattomasti ja nopeasti ilman merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä, voisi tällainen tuotannon lisäyksen mahdollisuus tulla arvioitavaksi tarjonnan korvaavuutena relevantteja markkinoita määriteltäessä. Ks. 6.2 Kysynnän ja tarjonnan korvattavuus.

Markkinoille tulon esteet

Markkinoille tulon esteet vaikuttavat siihen, miten todennäköisesti ja missä määrin potentiaalinen kilpailu rajoittaa markkinoilla toimivien yritysten muista markkinaosapuolista riippumatonta käyttäytymistä. Markkinoille tulon esteiden ei tarvitse sulkea markkinoille tuloa kokonaan eikä määräämättömäksi ajaksi. Riittää, että ne hidastavat tai rajoittavat markkinoille tuloa kilpailun toimivuuden kannalta merkittävän ajan.

Markkinoille tulon esteet voidaan jakaa esimerkiksi ns. oikeudellisiin, taloudellisiin ja teknisiin esteisiin. Oikeudellisia alalle tulon esteitä ovat esimerkiksi erilaiset immateriaalioikeudet, julkisen vallan asettamat tuotantokiintiöt, toimiluvat ja tyyppihyväksynät. Taloudellisia esteitä voivat olla muun muassa markkinoille tulon ja alalta poistumisen korkeat kustannukset etenkin, jos ne ovat suuret odotettavissa oleviin tuottoihin verrattuna. Markkinoille tulo on sitä todennäköisempää, mitä korkeammaksi tuotto-odotukset muodostuvat. Taloudellisia esteitä ovat myös yrityskaupan osapuolilla hallussa olevan ylikapasiteetin strategisen käyttöönoton mahdollisuuden luoma uhka, jakelukanavien tai hankintalähteiden puuttuminen, alalla toimivien vahvat tuotemerkit, tavaran toimittajien ja asiakkaiden välinen yhteistyö sekä ristiinomistukset.

Teknisiä markkinoille tulon esteitä voi puolestaan aiheutua mm. mittakaava- ja laajuuseduista, tuotantoprosesseista tai innovaatioista. Mittakaavaetuja syntyy, jos yksikkökustannukset laskevat tuotannon määrän kasvaessa. Mitä suurempi volyyymi tarvitaan alalla jo toimivien yritysten mittakaavaetujen saavuttamiseksi, sitä korkeammat ovat markkinoille tulon esteet.

Myös monialayritysten nauttimat laajuusedut voivat muodostaa markkinoille tulon esteitä. Laajuusetuja syntyy, jos yritys voi harjoittaa useampaa liiketoimintaa alemmilla kustannuksilla kuin mikä olisi mahdollista erillisissä liiketoiminnoissa. Samoin vertikaalisesti integroituneelle yritykselle saattaa syntyä tällaisia etuja, jos markkinoille tulijan on tultava jalostusketjun useammalle tasolle yhtäaikaaisesti tai jos toimiminen vain yhdellä jakelun tai tuotannon portaalla olisi epäedullista.

Markkinoille tulon esteet voidaan jakaa myös ns. luonnollisiin ja strategisiin esteisiin. Luonnolliset markkinoille tulon esteet eivät ole yrityksen asettamia, vaan esimerkiksi edellä mainitun kaltaisia teknisiä esteitä.

Strategisia ovat esteet, jotka yritys luo omalla toiminnallaan. Strategisesta käyttäytymisestä johtuva este voi syntyä esimerkiksi silloin, kun markkinoilla oleva yritys kykenee lisäämään kilpailijoiden kustannuksia

tai alentamaan niiden odotettavissa olevia tuottoja. Kilpailijoiden kustannuksia voidaan lisätä esimerkiksi tekemällä pääsy hankinta- tai jakelukanaviin kalliiksi. Vastaavia vaikutuksia voi syntyä, kun hyödykkeen menekki ja markkinoille tulon onnistuminen riippuvat oleellisesti mainonnasta. Merkittävät taloudelliset resurssit omaava yritys voi torjua markkinoille tuloa mainontaa lisäämällä. Kilpailijoiden tuottoja saateen alentaa käyttämällä esimerkiksi sellaista hinnoittelua, joka vaikeuttaa asiakkaiden siirtymistä uusille tavarantoimittajille.

Esteet eivät välttämättä sulje markkinoille tuloa kokonaan, vaan ne voivat myös olla osoitus markkinoilla jo toimivien yritysten kyvystä estää markkinoille tulijoita saavuttamasta kilpailullisesti merkittävää asemaa. Markkinoille tulon kustannus johtaa tulon estymiseen lähinnä silloin, kun kustannus on merkittävä eikä se enää vaikuta markkinoilla toimivan yrityksen käyttäytymiseen. Markkinoille tulon esteiden merkitys vaihtelee erilaisten markkinoiden ja niiden kehitysasteen mukaan. Joskus tietyillä markkinoilla yksittäinenkin markkinoille tulon este, esimerkiksi jakelukanavan, raaka-aineen, teknologian tai vahvan tuotemerkin puuttuminen, voi olla ratkaisevaa markkinoille pääsulle. Esteiden merkitystä arvioitaessa kiinnitetään huomiota aikaisempina vuosina tapahtuneeseen markkinoille tuloon ja siihen, miten merkittävän aseman kilpailijat ovat saaneet.

Markkinoille tulon esteitä arvioitaessa otetaan huomioon myös markkinoilta poistumisen esteet. Ne liittyvät pääsääntöisesti markkinoilta poistumisen kustannuksiin. Vähänsikin riski markkinoille tulon epäonnistumisesta saattaa estää markkinoille tulon, jos markkinoille tulon kustannukset ovat merkittäviä eikä yritys markkinoilta poistuaan voisi hyödyntää investointejaan muussa liiketoiminnassa.

7.4.3 Tehokkuusedut

Yrityskaupan aiheuttamia kilpailuvaikutuksia arvioitaessa voidaan ottaa huomioon myös yrityskaupan seurauksena syntyvä tehokkuuden lisääntyminen.

Huomattavia kilpailunvastaisia vaikutuksia aiheuttava yrityskauppa johtaa usein riskiin tehokkuuden heikkenemisestä. Kilpailupaine vaikuttaa yleensä yritysten kannustimiin toimia tehokkaasti ja siirtää ainakin osa saamistaan tehokkuushyödyistä kuluttajille, esimerkiksi halvempina hintoina tai laajempina ja parempina tuotevalikoimina. Kilpailupaineen vähentyessä lisääntyy siten usein myös riski tehokkuuden heikkenemisestä sekä kuluttajille aiheutuvista haitallisista vaikutuksista.

Toisaalta yrityskaupalla voi olla myös huomattavia myönteisiä vaikutuksia sen osapuolten tehokkuuteen. Yrityskaupan aikaansaamat tehokkuusedut voivat puolestaan lisätä keskittymän kykyä ja kannustimia toimia kilpailua edistävällä tavalla kuluttajien hyväksi sekä näin tasapainottaa yrityskaupan mahdollisesti muutoin aikaansaamia kilpailunvastaisia vaikutuksia. Yrityskaupan aikaansaamia tehokkuusetuja voivat olla mm. tuotannolliset tehokkuusedut, kuten tuotteen laadun paraneminen, tuotannon ja jakelun tehostuminen, laajemman tuotevalikoiman tuottaminen samoilla tuotantopanoksilla taikka muu vastaava tuotanto-, hankinta- tai jakelukustannusten alentuminen. Dynaamisia tehokkuusetuja voivat puolestaan olla mm. uusien tai parempien hyödykkeiden kehittämiseksi tehdyt innovaatiot tuotannossa tai jakelussa.

Tehokkuusvaikutuksille annettava merkitys ja painotus riippuvat muun muassa siitä, kuinka merkittäviä ne ovat, miten todennäköisesti ne voidaan saavuttaa ja edistävätkö ne kilpailua asiakkaiden ja kuluttajien hyödyksi.

Tehokkuusetujen tulee yleensä olla sitä merkittävämpiä, mitä huomattavampia ovat yrityskaupasta aiheutuvat kilpailunvastaiset vaikutukset. Kilpailuviraston on riittävässä määrin vakuututtava siitä, että yrityskaupan jälkeinen kilpailupaine on riittävä varmistamaan sen, että keskittymällä on riittävät kannustimet toimia tehokkaasti ja siirtää kohutuullinen osa hyödyistä kuluttajille. Merkittävätkään tehokkuusedut eivät hyvin todennäköisesti ole riittäviä tasapainottamaan kilpailuongelmia, jotka johtuvat yrityskaupan luomasta monopolia lähentelevästä markkina-asemasta tai vastaavasta erittäin merkittävästä markkinavoimasta.

Kilpailuviraston on myös kyettävä varmistumaan tällaisten etujen toteutumisesta ja niiden todellisesta hyödystä kuluttajille. Merkitystä voi olla esimerkiksi sillä, minkä tyyppisestä tehokkuudesta on kyse. Arvioinnin kannalta esimerkiksi muuttuvien kustannusten tai rajakustannusten alenemiseen johtava kustannustehokkuuden lisääntyminen ja siitä kuluttajille syntyvä nettohyöty voi olla helpommin todennettavissa kuin spekulatiivisempi, dynaamiseen tehokkuuteen liittyvä innovatiivisuuden lisääntyminen. Kilpailunvastaisesta käyttäytymisestä johtuvia näennäisiä tehokkuusetuja, esimerkiksi kilpailunvastaisista tuotannon supistuksista johtuvia kustannussäästöjä, ei voida pitää tässä tarkoitettuina tehokkuusetuina.

Arvioinnissa otetaan edelleen huomioon myös muun muassa se, millä aikavälillä tehokkuusedut tullaan siirtämään asiakkaille ja kuluttajille. Tehokkuusetujen on oltava siinä määrin oikea-aikaisia, että niitä voidaan pitää todellisena vastapainona yrityskauppaa muutoin seura-

ville kilpailuongelmille. Ei ole riittävää, että yrityskauppa johtaa teoreettiseen kaukana tulevaisuudessa mahdollisesti koituvaan hyötyyn kuluttajille.

Tehokkuusetujen osoittaminen on kaupan osapuolten vastuulla ja edellyttää osapuolilta luotettavaa näyttöä odotettavissa olevista tehokkuuseduista sekä siitä, että yrityskauppa on välttämätön niiden saavuttamiseksi. Tehokkuusetujen on myös oltava suoraa seurausta yrityskaupasta. Sellaisia tehokkuusperusteluja ei hyväksytä, jotka voidaan saavuttaa muilla, esimerkiksi toimialan vakiintuneet liiketoimintatavat huomioon ottaen toteuttamiskelpoisilla, kilpailua vähemmän rajoittavilla keinoilla.

Tehokkuusetujen tulee ilmetä Suomen markkinoilla ja välittyä täällä kuluttajille tai asiakkaille.

7.5 Taloudellisiin vaikeuksiin ajautunut yritys

Yrityskauppa, joka muutoin johtaisi todennäköisiin kilpailunvastaisiin vaikutuksiin, voi tulla hyväksytyksi, jos sen osapuolena on taloudellisiin vaikeuksiin ajautunut yritys.

Perusedellytyksenä on, että markkinarakenteen heikkeneminen ei saa olla yrityskaupan seurausta. Markkinoiden voidaan olettaa keskittyvän tällaisissa tilanteissa riippumatta siitä, toteutetaanko yrityskauppa vai ei.

Erytisesti seuraavien kolmen edellytyksen tulee yleensä täytyä, jotta yrityskauppa voidaan hyväksyä: (1) Kyseessä oleva yrityskauppa on ainoa käytettävissä oleva taloudellisesti järkevä keino välttää yrityksen poistuminen lähitulevaisuudessa markkinoilta. Kaupan toteutumatta jääminen joka tapauksessa merkitsisi yrityksen poistumista markkinoilta. (2) Muuta vähemmän kilpailua rajoittavaa vaihtoehtoa ei ole käytettävissä. (3) Kaupan toteutumatta jääminen väistämättä johtaisi maksukyvyttömän yrityksen omaisuuden poistumiseen markkinoilta.

Yrityskaupan osapuolten asiana on toimittaa Kilpailuvirastolle hyvässä ajoin kaikki asian arvioimiseksi tarpeellinen tieto.

8 Sähkömarkkinoita koskevien yrityskauppojen arviointi

Yrityskauppoihin, joissa on osallisena sähkön vähittäisjakelua harjoittava yhteisö, voidaan soveltaa kilpailulain 25 §:n 1 momentin yleissäännöstä tai alakohtaista vain sähkömarkkinoita koskevaa säännöksen 2 momenttia.

Viimeksi mainitun lainkohdan mukaan yrityskauppa voidaan kieltää tai määrätä ehtoja sen toteuttamiselle, jos sen seurauksena yrityskaupan osapuolten ja niihin kilpailulain 24 §:n 1 tai 3 momentin mukaisessa suhteessa olevien jakeluverkkotoimintaa harjoittavien yhteisöjen tai laitosten yhteenlaskettu siirtoliiketoiminnan osuus 400 voltin jännitteellä jakeluverkossa siirretystä sähköön määrästä ylittää valtakunnallisesti 25 %. Säännöksen nojalla tapahtuva puuttuminen sähkömarkkinoilla tehtyyn yrityskauppaan ei edellytä tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen osoittamista, vaan 25 %:n markkinaosuusrajan ylitystä kaupan seurauksena.

VI Ehdot ja kielteinen yrityskauppapäätös

1 Yleistä

Kilpailulain 25 §:n 3 momentin mukaan Kilpailuviraston tulee kieltoesityksen sijasta ensisijaisesti neuvotella ja määrätä noudatettavaksi yrityskaupalle sellaiset ehdot, joilla yrityskaupan haitalliset vaikutukset voidaan välttää. Kilpailun toimivuuden kannalta ongelmallisissa yrityskauppatapauksissa yrityskaupan ilmoittaja esittää Kilpailuvirastolle ehtoja, joiden se uskoo poistavan tutkittavana olevaan yrityskauppaan liittyvät kilpailuongelmat. Kilpailuvirasto neuvottelee yrityskaupan ilmoittajan kanssa näistä ehdoista ja jos yrityskaupan ilmoittajan esittämät ehdot riittävät poistamaan yrityskauppaan liittyvät kilpailuongelmat, yritys hyväksyy esittämänsä ehdot kirjallisesti ja Kilpailuvirasto määrää ehdot noudatettavaksi. Koska Kilpailuviraston on ensisijaisesti pyrittävä neuvottelemaan yrityskaupalle ehdot, se ei voi tehdä markkinaoikeudelle esitystä yrityskaupan kieltämiseksi, jos yrityskaupan ilmoittajan esittämät ehdot riittävät poistamaan yrityskaupan aiheuttamat kilpailuongelmat.

Yrityskaupan osapuolten noudatettavaksi asetettavat ehdot ovat yleensä rakenteellisia. Ehto voi olla esimerkiksi velvoite tietyn liiketoiminnan tai sen osan, tuotantokapasiteetin, patentin tai joskus tavaramerkin myymiseen. Rakenteellinen ehto voi velvoittaa myös purkamaan tietyn yhteistyöjärjestelyn tai eroamaan siitä.

Ehto voi liittyä myös yrityksen tulevaan käyttäytymiseen, kuten lissensiointi- ja toimitusvelvoitteisiin. Ne voivat muodostua myös edellä mainittujen rakenteellisten ja käyttäytymisehtojen yhdistelmistä. Ei-rakenteellisia ehtoja virasto käyttää ensisijaisesti tilanteissa, joissa kilpailuongelma on väliaikainen ja kilpailuongelmat ovat tietyn siirtymävaiheen jälkeen poistumassa.

2 Ehtoneuvotteluprosessista

Kilpailuvirasto voi neuvotella ehdoista sekä ensimmäisen että toisen vaiheen käsittelyn aikana. Käytännössä ehtoneuvotteluja käydään kilpailulaissa säädettyjen tiukkojen määräaikojen vuoksi lähinnä käsittelyn toisessa vaiheessa.

Osapuolten tulee esittää Kilpailuvirastolle ne käytännön ratkaisut, joilla osapuolet katsovat kilpailuongelman poistuvan sekä kaikki ratkaisuehdotusten arvioimiseksi tarvittavat tiedot. Ehdotusten on tultava Kilpailuvirastoon niin aikaisessa vaiheessa, että niiden toteuttamiskelpoisuus voidaan arvioida päätöksenteolle säädetyssä määräajassa. On syytä erityisesti korostaa yrityskaupan ilmoittajan vastuuta ehtopaketin rakentamisessa.

Kilpailuvirasto selvittää säännönmukaisesti ehdotettujen sitoumusten vaikuttavuuden muun muassa pyytämällä niistä kolmansien markkinaosapuolten ja mahdollisten ulkopuolisten asiantuntijoiden arviota. Markkinatestaus paljastaa yleensä yritykset johtaa virastoa harhaan tarjoamalla keskittymästä erotettavaksi esimerkiksi osia, joiden sisältyminen kauppaan ei tosiasiaa johda kilpailutilanteen heikkenemiseen tai joiden turvin ei voida aikaansaada tasapainottavaa tekijää markkinoille.

Koska ehtoneuvottelujen loppuvaiheessa käsittelymääräajan päättymisen on usein lähellä, jatkoneuvotteluille ei välttämättä ole enää aikaa. Näin ollen riittämättömät sitoumukset saattavat johtaa siihen, että Kilpailuviraston on tehtävä markkinaoikeudelle esitys yrityskaupan kieltämiseksi.

Ilmoittajat katsovat yleensä merkittävän osan sitoumuksista sisältävän liikesalaisuuksia, mikä vaikeuttaa viraston työtä muun muassa markkinatestausvaiheessa. Luotettavien selvitysten edellytyksenä on, että ehtojen sisältö voidaan mahdollisimman tarkasti kuvailla markkinaosapuolille näiden kannanottoa varten.

Hyvältä sitoumuspaketilta edellytetään, että sitoumukset palauttavat markkinoille kilpailua siinä määrin, että yrityskaupasta kilpailutilanteelle seuraavat haitalliset vaikutukset voidaan välttää. Sitoumusten tulee johtaa kaikkien keskittymän aiheuttamien kilpailuongelmien pysyvään ratkaisuun. Sitoumusten noudattaminen ei myöskään saa edellyttää Kilpailuviraston jatkuvaa valvontaa.

Käytännössä sitoumuskokonaisuudet ovat aina erilaisia ja niiden sisältö vaihtelee kilpailuongelman vakavuuden ja luonteen mukaan. Toimivassa sitoumuskokonaisuudessa voidaan kuitenkin suositella käytettäväksi esimerkiksi seuraavaa esimerkinomaista runkoa:

- lyhyt johdanto, josta ilmenee sitoumusten toteuttamisen markkina-vaikutukset,
- selvitys keskittymästä erotettavista liiketoiminnoista tai muista toimenpiteistä,

- toimenpiteet yksilöidään niin, että myöhemmin voidaan yksiselitteisesti todeta sitoumusten noudattaminen tai noudattamatta jättäminen,
- määräaika ja menettely, jossa ehtojen toteuttaminen tapahtuu,
- mahdolliset täydentävät sitoumukset, joilla varmistetaan erotettavan liiketoiminnan alkuunpääsy,
- luovutettavan osan myyntimenettelyä koskevat sitoumukset (esimerkiksi myytävän osan kilpailukyvyyn säilyttäminen, ostajaa koskevat vaatimukset kuten riippumattomuus ja merkittävyys kilpailijana, Kilpailuviraston informointi myyntineuvotteluista ja ostajan hyväksymismenettely),
- sitoumuspaketin valvontaan liittyvät asiat (ehtojen täyttämisen määräajat, uskotun miehen nimeäminen valvomaan ehtojen noudattamista tai huolehtimaan myynnistä, uskotun miehen mandaatin yksityiskohtainen määrittely, seuraamukset tai vaihtoehtoiset ratkaisut tilanteisiin, joissa sitoumuspakettia ei jostain syystä saada toteutetuksi).

Sitoumusten määräaikoja asettaessaan Kilpailuvirasto on ottanut huomioon lain asettamat mahdollisuudet purkaa kauppa, mikäli asetetut sitoumukset eivät toteutuisi. Kilpailulain 30 §:n mukaan kauppa on esitettävä purettavaksi vuoden kuluessa päätöksen lainvoimaiseksi tulemisesta tai kaupan täytäntöönpanosta. Tästä syystä virasto on määräaikoja asettaessaan pyrkinyt erityisesti liiketoiminnan luovutusten ja muiden divestointien kohdalla alle vuoden mittaisiin määräaikoihin.

Ulkopuolisen tahon (ns. uskottu mies) nimittäminen helpottaa useissa tilanteissa virastolle kuuluvaa ehtojen noudattamisen seuraamista. Uskotun miehen on oltava puolueeton ja riippumaton. Hän havaitsee yleensä virastoa paremmin mahdolliset sitoumusten rikkomiset ja häntä voidaan tarvittaessa käyttää myös asiantuntijana mahdollisissa kiistatilanteissa. Virasto on käyttänyt uskottua miestä muun muassa teknisten yksityiskohtien ja ehtojen käytännön toimivuuden varmistamisessa.

3 Yrityskauppaa koskevan ehdon poistaminen tai muuttaminen

Kilpailulain 44 §:n mukaan yrityskaupan ilmoittaja ei saa valittaa Kilpailuviraston päätöksestä, jolla ilmoittajan esittämät yrityskaupan ehdot on määrätty noudatettavaksi. Ehdollisissa yrityskauppapäätöksissä hyväksytty päätös ja sille asetetut ehdot muodostavat yhden kokonaisuuden. Il-

man ehtojen täytäntöönpanoa toteutettu keskittymä synnyttää ehtojen asettamisen perusteena olevat kilpailuongelmat.

Kilpailulain 30 §:n mukaan Kilpailuvirasto voi hakemuksesta poistaa yrityskaupan toteuttamiselle asetetun ehdon tai lieventää sitä markkinaolosuhteiden olennaisen muutoksen tai muun painavan syyn johdosta. Ehtomuutosta koskevaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta siten kuin hallintolainkäyttölaissa säädetään.

Säännöstä voidaan soveltaa esimerkiksi, jos kilpailutilanne on olennaisesti muuttunut uuden merkittävän yrityksen alalle tulon seurauksena. Myös yrityskaupan ehdon toteuttamiselle asetettua määräaikaa voidaan pidentää, jos se, jolle ehto on asetettu, ei ole sitä itsestään riippumattomasta syystä pystynyt asetetussa määräajassa täyttämään.

4 Yrityskaupan kieltäminen

Mikäli keskittymästä seuraavia kilpailuongelmia ei saada ratkaistua sitoumusten avulla, Kilpailuviraston tulee viime kädessä kilpailulain 25 §:n 1 momentin mukaan tehdä markkinaoikeudelle esitys yrityskaupan kieltämisestä. Kilpailulain 29 §:n 1 momentin mukaan markkinaoikeuden on annettava päätöksensä asiassa, jossa Kilpailuvirasto on esittänyt yrityskaupan kieltämistä, kolmen kuukauden kuluessa esityksen tekemisestä. Muutoin yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi.

VII Yrityskaupan liitännäisrajoitukset

1 Liitännäisrajoitukset yrityskauppavalvonnassa

Liitännäisrajoitukset ovat yrityskaupan toteuttamiseksi välttämättömiä kilpailunrajoituksia, joita yrityskaupasta erillisinä arvioitaisiin kilpailulain 5–7 §:n mukaisesti.¹⁰⁹ Niille on ominaista se, että liiketoiminnan arvon siirtäminen määräysvallan hankkijalle tai yhteisyritykselle edellyttää kilpailunrajoitusta.

Kilpailuviraston tekemä yrityskauppapäätös kattaa automaattisesti yrityskaupalle liitännäiset rajoitukset ilman, että Kilpailuviraston on tarpeen erikseen tehdä arviota liitännäisrajoitusten hyväksyttävyydestä yksittäisissä tapauksissa. Jäljempänä tässä jaksossa esitellään periaatteita, joiden avulla yrityskaupan osapuolet voivat itse arvioida, voidaanko niiden välisiä sopimuksia – ja missä laajuudessa – pitää yrityskaupan liitännäisrajoituksina.¹¹⁰ Yrityskaupan osapuolet voivat kuitenkin niin halutessaan pyytää yrityskauppailmoituksessa Kilpailuvirastolta arviota kaupan yhteydessä sovittujen kilpailunrajoitusten liitännäisrajoitusluonteesta.

2 Liitännäisrajoitusten arvioinnin yleiset periaatteet

Yrityskaupan liitännäisrajoitukset rajoittavat yrityskaupan osapuolten toimintavapautta markkinoilla. Yrityskaupan liitännäisrajoituksina ei pidetä kilpailunrajoituksia, joista on sovittu kolmansien osapuolten kanssa.

Yrityskaupan liitännäisrajoitusten arviointi perustuu kokonaisharkintaan. Rajoitusten välttämättömyyden arvioinnissa kiinnitetään huomiota myös markkinaolosuhteisiin, joissa yrityskauppa toteutetaan. Ostajaa hyödyttäviin rajoituksiin suhtaudutaan lähtökohtaisesti myönteisemmin kuin myyjää hyödyttäviin rajoituksiin, sillä ostajan tulee voida olla varma siitä, että sen hankkiman kohteen arvo on sopimuksen mukainen.

Yrityskaupan liitännäisrajoituksina voidaan pitää vain sellaisia kilpailunrajoituksia, jotka välittömästi liittyvät yrityskauppaan ja jotka ovat välttämättömiä yrityskaupan toteuttamiselle. Liitännäisrajoitukset eivät

¹⁰⁹ Jos kilpailunrajoitus voi vaikuttaa merkittävästi EU:n jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, sovelletaan myös Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 ja 102 artikloja.

¹¹⁰ Liitännäisrajoitusten arvioinnissa on syytä ottaa soveltuvin osin huomioon myös komission tiedonanto keskittyämiin suoraan liittyvistä ja niiden kannalta välttämättömistä rajoituksista (2005/C 56/03), jäljempänä liitännäisrajoitustiedonanto.

saa kestoltaan tai asialliselta tai alueelliselta ulottuvuudeltaan ylittää sitä, mitä yrityskaupan toteuttaminen kohtuudella edellyttää.

2.1 Liitännäisrajoitusten välitön liittyminen yrityskauppaan

Jotta kilpailunrajoitusta voidaan pitää yrityskaupan liitännäisrajoituksena, sen on liityttävä välittömästi siihen järjestelyyn, jolla yrityskaupan kohde siirretään uudelle tai uusille määräysvallan käyttäjille. Osapuolten kesken sovitun kilpailunrajoituksen välillinen yhteys yrityskauppaan ei riitä tekemään rajoituksesta yrityskaupan liitännäisrajoitusta. Kilpailunrajoitusta ei pidetä yrityskaupan liitännäisrajoituksena yksin sillä perusteella, että kilpailunrajoituksesta on sovittu osapuolten kesken samanaikaisesti kuin yrityskaupasta. Kilpailunrajoituksen liittyminen muuhun kuin yrityskaupan kohteen liiketoimintaan merkitsee sitä, ettei rajoitusta pidetä liitännäisrajoituksena. Rajoituksen välitön liittyminen yrityskauppaan merkitsee sitä, että liitännäisrajoitukset eivät ole vaikutuksiltaan selvästi erilaisia kuin se yrityskauppa, johon ne elimellisesti liittyvät. Liitännäisrajoitukset ovat aina kuitenkin järjestelyssä tois-sijaisia ja vaikutuksiltaan vähemmän merkittäviä kuin itse yrityskauppa.

2.2 Liitännäisrajoitusten välttämättömyys

Yrityskaupan yhteydessä osapuolten sopima kilpailunrajoitus katsotaan välttämättömäksi, jos ilman kilpailunrajoitusta

- yrityskaupaa ei olisi voitu toteuttaa tai
- yrityskaupan toteuttaminen olisi selvästi epävarmempaa tai
- yrityskaupan toteuttaminen aiheuttaisi merkittävästi suuremmat kustannukset tai
- yrityskaupan toteuttaminen olisi vienyt huomattavasti pidemmän ajan taikka
- yrityskaupan onnistumisen mahdollisuudet olisivat olleet huomattavasti vähäisemmät.

Jos liitännäisrajoituksen edellä mainittu hyväksyttävä tavoite voidaan saavuttaa muulla kilpailua vähemmän rajoittavalla keinolla, on osapuolten valittava tämä keino, jotta kilpailunrajoitusta pidettäisiin yrityskaupan osana.

2.3 Kilpailukiellot

Kilpailukieltojen yleiset arviointiperiaatteet

Yrityskauppaan liittyvä kilpailukieltolauseke jää liitännäisrajoituksena kilpailulain 5 §:n kiellon ulkopuolelle, jos se on sisältönsä sekä ajallisen että maantieteellisen ulottuvuutensa kannalta kohtuullinen eikä rajoita kilpailua enempää kuin yrityskaupan toteuttamiseksi ja hankinnan kohteen liiketoiminnan arvon säilyttämiseksi on välttämätöntä. Kilpailukielto voidaan katsoa yrityskaupassa välttämättömäksi vain silloin, kun kaupassa siirtyy ostajalle yrityksen taitotieto, maine tai asiakaspiiri. Jos kaupan kohteena on pelkästään yrityksen aineellinen omaisuus, ei myyjälle asetettua kilpailukieltoa voida yleensä pitää välttämättömänä ostajan suojaamiseksi kilpailulta.

Liitännäisrajoituksina käsiteltävien kilpailukieltojen pääsäännön mukaiset aikarajat

Kilpailukiellon kestoajan enimmäispituus arvioidaan tapauskohtaisesti. Useimmissa tapauksissa pääsääntöisesti enintään kolme vuotta on kuitenkin pidettävä kilpailukiellon enimmäispituutena. Kolmen vuoden pituista kilpailukieltoa voidaan pitää liitännäisrajoituksena ainoastaan niissä yrityskaupoissa, joissa siirtyy yrityksen maineen ja asiakaspiirin lisäksi myös yrityksen taitotieto. Jos yrityskaupan yhteydessä siirretään uudelle määräysvallan käyttäjälle ainoastaan yrityksen maine ja asiakaspiiri, enintään kahta vuotta voidaan pääsääntöisesti pitää hyväksyttävänä ajanjaksona liitännäisen kilpailukiellon kestolle.

Esimerkkejä kilpailukiellon hyväksyttävän pituuden arvioinnissa huomioon otettavista muista seikoista

Edellä selostettuja ohjeita yrityskaupan liitännäisrajoitukseksi katsottavan kilpailukiellon pituudesta ei sovelleta mekaanisesti. Kilpailukiellon välttämättömyyttä arvioitaessa otetaan huomioon hankinnan kohteen aineellisen ja aineettoman omaisuuden sisältö sekä se liiketoimintaympäristö, jossa hankinnan kohde toimii. Liitännäisrajoituksena käsiteltävä kilpailukielto voi esimerkiksi olla pidempi kuin kaksi vuotta, jos osapuolet voivat osoittaa, että asiakasuskollisuus säilyy tätä pidemmän ajan. Jos hankinnan kohteen arvosta merkittävä osa on teknistä taitotietoa, yrityskaupan liitännäisrajoitukseksi voidaan hyväksyä kolme vuotta pidempi kilpailukielto. Jos hankinnan kohteen taitotiedon merkitys yrityskaupassa on vähäinen ja yrityskaupan pääasiallisena kohteena on hankinnan kohteen aineellinen omaisuus, ei pääsäännön mukaista kolmen vuoden

kilpailukieltä pidetään yrityskaupan liitännäisrajoituksena. Myyjän jääminen hankinnan kohteeseen merkittäväksi vähemmistöosakkaaksi tai hallituksen jäseneksi voi olla perusteena sille, että myyjän omistuksen tai vaikutusvallan ajan kestävä kilpailukiello katsotaan yrityskaupan liitännäisrajoitukseksi. Poikkeuksellisesti liitännäisrajoitukseksi voidaan katsoa myös sellainen kilpailukiello, joka on sovittu kestäväksi lyhyen ajan myös omistuksen tai vaikutusvallan päättymisen jälkeen.

Kilpailukiellon asiallinen ja alueellinen ulottuvuus

Yrityskaupan liitännäisrajoituksena pidettävän kilpailukiellon soveltamisalueena voi olla ainoastaan se maantieteellinen alue, jossa hankinnan kohde harjoittaa liiketoimintaa. Kilpailukiellon piirissä voi olla vain hankinnan kohteen liiketoimintaan liittyvien tavaroiden ja palvelujen tarjonta.

Kilpailukiellon kohteena olevat yritykset ja henkilöt

Yrityskaupan liitännäisrajoituksena hyväksyttävä kilpailukiello kohdistuu myyjään, sen yritysryhmään ja myyjän niihin edustajiin, jotka asiakassuhteidensa ja taitotietonsa avulla voisivat ilman kilpailukieltä aloittaa nopeasti hankinnan kohteen kanssa kilpailevaa liiketoimintaa. Yrityskaupan toteuttamisen välttämättömänä edellytyksenä voi poikkeuksellisesti olla ostajalle asetettu kilpailukiello. Ostajalle asetettu kilpailukiello voi olla yrityskaupan välttämätön osa esimerkiksi silloin, kun yrityskaupassa jaetaan ostajan ja myyjän kesken yhtenäisen taloudellisen kokonaisuuden muodostanut liiketoiminta.¹¹¹

Vaikutuksiltaan samankaltaiset liitännäisrajoitukset

Edellä selostettuja periaatteita sovelletaan myös muihin osapuolten sopimiin kilpailunrajoituksiin, joiden vaikutukset ovat samankaltaisia kuin kilpailukiellolla. Esimerkiksi velvoite olla hankkimatta tietyn rajan ylittävää osuutta yrityskaupan kohteen toimialan yhteisöstä voi olla yrityskaupan toteuttamiseksi välttämätön. Vastaavalla tavalla välttämätön voi olla rajoitus, joka estää myyjää osallistumasta kohteen toimialalla kilpai-

¹¹¹ Ostajaan kohdistuva rekrytointikiello on hyväksytty Kilpailuviraston ratkaisukäytännössä, ks. Kilpailuviraston päätös 3.8.2005, yrityskaupan hyväksyminen; Nissan Nordic Europe Ltd. / Aro Oy:n Nissan-liiketoiminta (dnro 231/81/05). Ks. kuitenkin myös esim. Kilpailuviraston päätös 4.1.2002, yrityskaupan hyväksyminen; General Electric Company / Bently Nevada Corporationin liiketoiminta (dnro 1089/81/01), ja Kilpailuviraston päätös 10.4.2000, yrityskaupan hyväksyminen; Sähköväline Puhtaanaapito Oy / WM Ympäristöpalvelut Oy (dnro 49/81/00), joissa vastaavaa kieltä ei hyväksytty. Ks. myös Kilpailuviraston vuosikirja vuodelta 2000, s. 72–73, jossa on käsitelty liitännäisrajoituksia koskevia Kilpailuviraston tulkintaratkaisuja (esim. Kilpailuviraston päätös 24.2.1999, yrityskaupan hyväksyminen; CapMan / Royal Rest (dnro 103/81/98)).

levan yhteisön johtamiseen. Myös rekrytointikielloilla¹¹² ja salassapito-velvoitteilla voi olla vastaavanlaisia vaikutuksia.

2.4 Lisenssisopimukset

Myyjä jää usein yrityskaupassa hankinnan kohteen käyttämien immateriaalioikeuksien omistajaksi, jos myyjä tarvitsee niitä muussa liiketoiminnassa. Hankinnan kohteen liiketoiminnan jatkaminen voi tällöin edellyttää immateriaalioikeuksien lisensointia. Immateriaalioikeuden käyttöoikeus voidaan yrityskaupan liitännäisrajoituksena rajata siihen liiketoimintaan, joka on yrityskaupan kohteena. Lisenssisopimuksen yksinoikeusehto ei estä sopimuksen käsittelemistä yrityskaupan liitännäisrajoituksena. Lisenssin käyttöaika ei vaikuta siihen, pidetäänkö lisenssisopimusta liitännäisrajoituksena. Aluerajoituksia sisältävä lisenssisopimuksen ehto ei ole yrityskaupan liitännäisrajoitus, koska lisenssin käyttöalueen rajaamista ei voida pitää yrityskaupan toteuttamiseksi välttämättömänä.

2.5 Osto- ja jakelusopimukset

Yrityskaupan osapuolten sopimus hyödykkeiden jakelusta tai ostoista voi olla yrityskaupassa välttämätön silloin, jos määräysvallan vaihtuminen koskee vain osaa myyjän liiketoiminnasta ja jos hankinnan kohteen liiketoiminta on perustunut siihen, että se on muodostanut myyjän yritysr ryhmän kanssa yhden taloudellisen kokonaisuuden. Ostosopimus voi olla välttämätön myyjän tai ostajan raaka-aineiden saatavuuden varmistamiseksi. Jakelusopimus voi puolestaan estää myyjän tai ostajan myynnin voimakkaan vähenemisen. Yksinmyynti- tai -ostosopimukset eivät voi pääsääntöisesti olla yrityskaupan liitännäisrajoituksia. Myyjän ja ostajan välisen yksinosto- ja yksinmyyntisopimuksen luonnetta arvioidessa otetaan huomioon vaihtoehtoiset keinot ratkaista yhtenäisen taloudellisen kokonaisuuden hajaantumisesta aiheutuvat raaka-aineiden saantiin tai hyödykkeiden entisen suuruisen myynnin määrän säilyttämiseen liittyvät ongelmat. Jos esimerkiksi määrää koskevilla sopimusehdoilla¹¹³ voidaan päästä samaan tavoitteeseen, ei yksinoikeusehtoja voida pitää yrityskaupan liitännäisrajoituksina. Osto- ja toimitusvelvoitteiden

112 Kilpailuviraston ratkaisukäytännön mukaan rekrytointikielto voi koskea vain aktiivista, ei sen sijaan passiivista rekrytointia. Lisäksi tällainen kielto voi kohdistua ainoastaan yrityksen johto- ja avainhenkilöihin.

113 Määräostovelvoitteen osalta ks. esim. Kilpailuviraston päätös 21.7.2006, yrityskaupan hyväksyminen; Suomen Posti Oyj / Kelpo Kuljetus Fi Oy:n aluekuljetustoiminta (dnro 374/81/06). Vähimmäisosto- ja myyntiehtojen osalta ks. esim. Kilpailuviraston päätös 29.9.2000, yrityskaupan hyväksyminen; Decidenti Oy Ab / Tikkurila CPS Oy:n liiketoiminta (dnro 797/81/00).

kesto on kuitenkin rajattava ainoastaan ajanjaksoon, joka on välttämätön itsenäisen aseman saavuttamiseksi markkinoilla.¹¹⁴

2.6 Liitännäisrajoitukset yhteisyrityksissä

Yhteisyrityksen perustamisen liitännäisrajoituksena voidaan pitää ehtoa, jonka mukaan yhteisyrityksen perustajayhtiöt sitoutuvat olemaan kilpailematta yhteisyrityksen kanssa. Kilpailukieltolausekkeen maantieteellinen soveltamisala on pääsääntöisesti rajoitettava alueeseen, jolla emoyhtiöt tarjosivat merkityksellisiä tuotteita tai palveluita ennen yhteisyrityksen perustamista. Kilpailukieltolauseke voi pääsääntöisesti koskea ainoastaan yhteisyrityksen taloudellisen toiminnan muodostavia tuotteita ja palveluita.

Myös yhteisyrityksen ja perustajayhtiön välinen lisenssisopimus saattaa olla yhteisyrityksen liiketoiminnalle välttämätön. Lisenssisopimuksen välttämättömyys johtuu usein siitä, että perustajayhtiö tarvitsee immateriaalioikeutta muussa liiketoiminnassaan eikä tämän vuoksi luovuta immateriaalioikeuden omistusoikeutta yhteisyritykselle. Lisenssin käytön rajoittaminen määrätyle maantieteelliselle alueelle ei estä lisensiointisopimuksen käsittelemistä yhteisyrityksen perustamisen liitännäisrajoituksena. Myöskään lisenssisopimuksen yksinoikeusehto ei ratkaise sitä, voidaanko sopimusta pitää liitännäisrajoituksena.

Yhteisyrityksen ja emoyhtiöiden välisten osto- ja jakelusopimusten liitännäisrajoitusluonnetta arvioidaan pääsääntöisesti edellä selostettujen ohjeiden mukaisesti. Arvioinnissa kiinnitetään huomiota myös siihen, edellyttääkö yhteisyrityksen markkinoille pääsyn varmistaminen kyseistä kilpailunrajoitusta. Perustajayhtiön ja yhteisyrityksen välisissä sopimuksissa on liitännäisrajoitusarvioinnin lisäksi otettava huomioon se, että yhteisyrityksen pysyvä riippuvainen asema tai osto- ja myyntisopimusten tarpeettoman pitkä voimassaoloaika taikka sopimuksen kohteina olevien hyödykkeiden perusteettoman suuri määrä voivat aiheuttaa sen, ettei yhteisyritystä pidetä yrityskauppavalvontamenettelyssä käsiteltävänä itsenäisenä yhteisyrityksenä (ks. yhteisyrityksiä koskeva luku II.3.5).

2.7 Yrityskaupan yhteydessä sovitut muut kuin liitännäiset kilpailunrajoitukset

Jos yrityskaupan yhteydessä sovittu kilpailunrajoitus ei liity välittömästi yrityskauppaan eikä ole sen toteuttamiseksi välttämätön, kilpailunrajoit-

¹¹⁴ Komission mukaan veloitteiden kesto voi näin ollen olla enintään viisi vuotta.

tus ei ole liitännäinen. Tällöin sitä ei käsitellä yrityskauppavalvontamennettelyssä, vaan järjestelyä arvioidaan kilpailulain 5–7 §:n¹¹⁵ perusteella.

¹¹⁵ Jos kilpailunrajoitus voi vaikuttaa merkittävästi EU:n jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, sovelletaan myös Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 ja 102 artikloja

Liite

Yrityskauppojen lyhennetty ilmoitus

Yrityskauppailmoituksessa annettavat tiedot on annettava tämän liitteen mukaista numerointia ja otsikointia noudattaen. Ilmoituksen ja liitteiden liikesalaisuudet tulee yksilöidä.

Yrityskaupan osapuolen kanssa samaan yritysryhmään kuuluville yhteisöillä tai säätiöillä tarkoitetaan kilpailulain 24 §:n 1 momentissa tarkoitettua osapuolen osalta kaikkia yhteisöjä ja säätiöitä, jotka ovat mainittuun osapuoleen 24 §:n 1 momentin 1–4 kohdassa tarkoitettussa suhteessa ja hankinnan kohteen osalta siihen 24 §:n 3 momentissa tarkoitettussa suhteessa olevia yhteisöjä tai säätiöitä.

Jotta virasto voi arvioida yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ja lyhennetyt ilmoituksen soveltuvuutta siihen, tulee ilmoituksen alussa antaa lyhyt selvitys yrityskaupan osapuolten nykyisestä ja tulevasta liiketoiminnasta mukaan lukien tiedot siitä, minkälaista liiketoimintaa yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä harjoittaa ja missä se toimii.

Lisäksi ilmoittajan tulee antaa lyhennetyssä ilmoituksessa Kilpailuvirastolle vähintään seuraavat tiedot:

1. Ilmoitusvelvollinen

Kunkin ilmoitusvelvollisen:

- 1.1. Nimi
- 1.2. Toimialat, joilla ilmoitusvelvollinen toimii
- 1.3. Osoite
- 1.4. Puhelinnumero ja telekopionumero
- 1.5. Yhteyshenkilö (nimi, asema, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)
- 1.6. Mahdollinen asiamies (nimi, asema, yritys, osoite, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)

2. Muu yrityskaupan osapuoli

Kunkin hankinnan kohteen:

- 2.1. Nimi
- 2.2. Toimialat, joilla osapuoli toimii
- 2.3. Osoite
- 2.4. Puhelinnumero ja telekopionumero
- 2.5. Yhteyshenkilö (nimi, asema, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)
- 2.6. Mahdollinen asiamies (nimi, asema, yritys, osoite, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)

3. Myyjä

Kunkin hankinnan kohteen myyjän tiedot (sikäli kuin ne ovat ilmoitusvelvollisen tiedossa):

- 3.1. Nimi
- 3.2. Toimialat, joilla myyjä toimii
- 3.3. Osoite
- 3.4. Puhelinnumero ja telekopionumero
- 3.5. Yhteyshenkilö (nimi, asema, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)
- 3.6. Mahdollinen asiamies (nimi, asema, yritys, osoite, puhelin- ja telekopionumero sekä sähköpostiosoite)

4. Yrityskauppa

- 4.1. Yrityskaupan oikeudellinen toteuttamismuoto (katso kilpailulain 21 §:n 1 momentti)
- 4.2. Lyhyt kuvaus yrityskauppajärjestelystä. Kuvauksessa olevat liikesalaisuudet tulee yksilöidä.
- 4.3. Jos kyseessä on yhteisyrityksen perustaminen:
 - 4.3.1. kuvaus yhteisyrityksen tulevasta liiketoiminnasta Suomessa
 - 4.3.2. kuvaus yhteisyrityksen pysyvyydestä ja toiminnallisesta itsenäisyydestä

5. Liikevaihtotiedot

Katso kilpailulain 22 ja 24 § sekä yrityskaupan osapuolen liikevaihdon laskemisesta annettu valtioneuvoston asetus (1011/2011):

- 5.1. Kunkin yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen ja säätiöiden yhteenlaskettu, maailmanlaajuinen liikevaihto.
- 5.2. Kunkin yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen ja säätiöiden yhteenlaskettu, Suomesta kertynyt liikevaihto.

6. Tiedot omistuksista ja määräysvallasta

Luettelo kunkin yrityskaupan osapuolen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvista yhteisöistä ja säätiöistä.

7. Markkinat, joihin yrityskauppa vaikuttaa

- 7.1. Relevantit markkinat
 - 7.1.1. Selvitys kaikista niistä relevanteista hyödykemarkkinoista, joilla vähintään kaksi yrityskaupan osapuolta tai niiden kanssa samaan yritysryhmään kuuluvaa yhteisöä tai säätiötä harjoittaa liiketoimintaa ja joilla näiden yhteenlaskettu markkinaosuus on vähintään 15 prosenttia Suomessa tai Suomen oleellisella osalla.
 - 7.1.2. Selvitys kaikista niistä relevanteista hyödykemarkkinoista, joilla yrityskaupan osapuoli tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluva yhteisö tai säätiö toimii ja jotka ovat valmistusketjun taikka tuotteen jakelutien aikaisemmassa tai myöhemmässä vaiheessa suhteessa niihin markkinoihin, joilla jokin toinen osapuoli tai tämän yritysryhmään kuuluva yhteisö tai säätiö toimii. Tiedot tulee antaa, jos osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön tai säätiön yhteenlaskettu markkinaosuus Suomessa tai Suomen oleellisella osalla on jollakin näistä markkinoista vähintään 20 prosenttia.

- 7.1.3. Selvitys kohdissa 7.1.1.-7.1.2. esitettyihin hyödykemarkkinoihin läheisesti liittyvistä hyödykemarkkinoista, joilta ainakin yhdelle yrityskaupan osapuolista tai sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvista yhteisöistä tai säätiöistä kertyy liikevaihtoa Suomesta.
- 7.1.4. Jos kohdissa 7.1.1 tai 7.1.2 tarkoitetut markkinaosuusrajat eivät ylity, lyhyt selvitys kunkin osapuolen tarjoamista hyödykkeistä tai palveluista (tai liiketoiminta-alueista) sekä maantieteellisestä alueesta, jolla hyödykkeitä tai palveluja tarjotaan.
- 7.2. Markkinatiedot
Jos relevantit maantieteelliset markkinat ovat Suomea laajemmat, tämän kohdan mukaiset tiedot on annettava sekä Suomen että relevanttien maantieteellisten markkinoiden osalta, jos ne ovat ilmoitusvelvollisen tiedossa.
- 7.2.1. Myynnin määrä ja arvo sekä markkinaosuus
Kunkin osapuolen ja kunkin sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön tai säätiön myynnin arvo (euroina) ja määrä (yksikköinä) sekä arvio niiden markkinaosuuksista kohdissa 7.1.1.-7.1.4. tarkoitetuilla markkinoilla. Tiedot tulee antaa edelliseltä täydeltä kalenterivuodelta.
- 7.2.2. Tärkeimmät kilpailijat
Viisi tärkeintä kilpailijaa ja arvio niiden markkinaosuuksista kohdissa 7.1.1.-7.1.4. tarkoitetuilla markkinoilla. Kunkin kilpailijan nimi, osoite ja puhelin- ja telekopionumero sekä yhteyshenkilön nimi, asema ja sähköpostiosoite. Tiedot tulee antaa edelliseltä täydeltä kalenterivuodelta.
- 7.2.3. Tärkeimmät asiakkaat
Viisi tärkeintä asiakasta, jotka eivät kuulu yrityskaupan osapuolen kanssa samaan yritysryhmään, kohdissa 7.1.1.-7.1.4. tarkoitetuilla markkinoilla. Kunkin asiakkaan nimi, osoite ja puhelin- ja telekopionumero sekä yhteyshenkilön nimi, asema ja sähköpostiosoite. Tiedot tulee antaa edelliseltä täydeltä kalenterivuodelta.

8. Yrityskaupan liitännäisrajoitukset

Yrityskaupan liitännäisrajoituksella tarkoitetaan sellaisia kilpailunrajoituksia, jotka välittömästi liittyvät yrityskauppaan ja ovat välttämättömiä sen toteuttamiselle. Kilpailuviraston tekemä yrityskauppapäätös kattaa automaattisesti yrityskaupalle liitännäiset rajoitukset. Jos ilmoitusvelvollinen haluaa Kilpailuvirastolta arvion yrityskaupan yhteydessä sovitujen kilpailunrajoitusten liitännäisrajoitusluonteesta, tässä ilmoitetaan ne kilpailunrajoitukset, joita ilmoitusvelvollinen pitää liitännäisrajoituksina sekä perustelut, miksi niitä on pidettävä yrityskaupan liitännäisrajoituksina.

9. Ilmoitukset yrityskaupasta muille viranomaisille

- 9.1. Ulkomaiset kilpailuviranomaiset ja
- 9.2. Suomen viranomaiset ja tuomioistuimet, joille yrityskaupan osapuolet ovat ilmoittaneet tai ilmoittavat yrityskaupan tai joilta osapuolet ovat hakeneet tai hakevat lupaa yrityskaupalle. Kunkin viranomaisen nimi, osoite, puhelinnumero, telekopionumero ja sähköpostiosoite sekä ilmoituksen tai hakemuksen antopäivämäärä tai suunniteltu ajankohta.

10. Muut yrityskauppaan liittyvät seikat

Muut tiedot, joita ilmoitusvelvolliset pitävät yrityskauppa-asian käsittelyn kannalta tarpeellisina.

11. Ilmoituksen liitteet

Ilmoitukseen on sisällytettävä seuraavat liitteet:

- kunkin yrityskaupan osapuolen kaupparekisteriote;
- yrityskauppaa koskevat ja siihen liittyvät asiakirjat, kuten yrityskauppaa koskevat tai siihen liittyvät sopimukset ja julkiset ostotarjoukset;
- kunkin yrityskaupan osapuolen ja kunkin sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvan yhteisön ja säätiön viimeisin vuosikertomus ja viimeisin laadittu tilinpäätös; sekä
- asiamiesten valtakirjat.

Ilmoituksessa annettuja tietoja voidaan täydentää muilla liitteillä ja ilmoituksessa annettuja tietoja voidaan täsmentää taulukoilla ja kaavioilla. Kaikkien liitteiden on oltava alkuperäisiä tai oikeaksi todistettuja jäljennöksiä. Ilmoitukseen on sisällytettävä luettelo liitteistä.

12. Päiväys ja allekirjoitus

Ilmoitus on päivättävä ja allekirjoitettava.