

## Ruokakeskon menekkitiedonjako

### 1. Asia

Ruokakeskon menekkitiedonjako

### 2. Asianosainen

Ruokakesko Oy

### 3. Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) poistaa asian käsittelystä.

### 4. Asian vireilletulo

1. KKV on aloittanut Ruokakeskon menekkitiedonjakokäytäntöjä koskevan selvityksen kilpailulain (948/2011) 4a §:n voimaantulon yhteydessä vuonna 2014 saatuaan yhteydenottoja väitetyistä päivittäistavarakaupan menekkitiedonjakoon liittyvistä ongelmista.
2. Asian selvittämiseksi KKV on käynyt keskusteluja Ruokakeskon ja muiden päivittäistavarakauppojen sekä Elintarviketeollisuusliitto ry:n ja erikokoisten tavarantoimittajien kanssa. Lisäksi KKV on ollut yhteydessä päivittäistavarakaupan menekkitiedon analysointipalveluja tuottaviin yrityksiin. KKV on samanaikaisesti selvittänyt myös Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan tiedonjakokäytäntöjä.
3. KKV on toimittanut 14.4.2016 päätösluonnoksen Ruokakeskon tiedoksi ja varannut hallintolain (434/2003) 34 §:n nojalla mahdollisuuden tulla kuulluksi.

### 5. Asiaselostus

#### 5.1 Päivittäistavarakaupan menekkitieto

4. Menekkitiedolla tarkoitetaan päivittäistavarakauppojen kassapäätteiden kautta kulkevien tuotteiden myyntitietoja. Tuotetietojen kuten EAN-koodin ja tuoteselosteen lisäksi menekkitiedon käsite kattaa yleensä myös informaation tuotteen hinnasta, raportointijakson aikana myydystä määrästä, myynnin arvosta, ostotapahtuman ajankohdasta sekä ostopaikasta.
5. Päivittäistavarakaupat hyödyntävät menekkitietoa liiketoimintansa kehityksen seurannassa, toiminnan ohjauksessa ja kehittämisessä. Sekä kaupat että tavarantoimittajat käyttävät menekkitietoa erilaisiin strategi-

siin ja taktisiin tarkoituksiin, esimerkiksi tuotteiden jakelupeiton ja alennuskampanjoiden suunnitteluun ja seurantaan sekä trendien tunnistamiseen. Menekkitietoa hyödyntämällä tavarantoimittajilla on mahdollisuus havainnoida liiketoimintansa kehitystä eri jakelukanavissa. Tiedon avulla tavarantoimittaja voi esimerkiksi seurata tai ennakoida myyntimäärien kehitystä ja suhteuttaa oman myyntinsä kehitystä tavararyhmän myynnin kehitykseen.

6. Menekkitiedon eri elementtien tarkkuustaso vaikuttaa tiedon strategiaan merkittävyyteen ja hyödynnettävyyteen. Tuotekohtaisen tarkkuuden tasoja ovat esimerkiksi tuotekategoria, tuotesegmentti tai yksittäinen tuote. Alue- ja markkinakohtainen tarkkuus puolestaan vaihtelee esimerkiksi yksittäisestä kaupasta kauppatyyppiin ja -ryhmään. Ajallinen tarkkuus liittyy yhtäältä siihen, miltä ajanjaksolta menekkitieto kerätään ja raportoidaan sekä toisaalta siihen, kuinka vanhaa tieto on.
7. Tiedon jakamisella on usein vertikaalisen ketjun toimintaa tehostavia vaikutuksia. Tämän tehokkuuden toteutumiseen ja tehokkuudesta seuraavan hyödyn jakautumiseen vaikuttaa tarjontaketjun eri portaiden sisäinen kilpailutilanne ja näiden välillä vallitseva neuvotteluvoiman tasapaino. Tiedon jakaminen saattaa kuitenkin jossain tilanteissa olla vastoin toimijoiden yksityisiä intressejä, jolloin tietoa saatetaan jakaa markkinoilla vähemmän kuin yhteiskunnallisen hyvinvoinnin kannalta olisi optimaalista.
8. EU-alueella menekkitietoa tuottavat tyypillisesti tiedon analysointiin erikoistuneet yritykset (ns. tiedonjako-operaattorit). Kyseisten yritysten tarjoama tieto perustuu usein kassapäätteiden kautta kulkevien viivakoodattujen tuotteiden myynteihin. Myyntitiedot siirtyvät kassapäätteistä elektronisesti analysointiyritykselle. Koska analysointiyrityksille siirtyvä menekkitieto on erittäin tarkkaa eli käytännössä EAN-kooditasoista, tietoa voidaan ryhmitellä ja muuten muokata halutulla tavalla.<sup>1</sup>
9. Suomessa toimi vuoteen 2008 asti AC Nielsen Oy:n Scantrack-niminen markkinatietopalvelu, jonka toiminta loppui Ruokakeskon, Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan ja Tradeka Oy:n vetäytyttyä palvelusta. Kilpailuvirasto selvitti kaupparyhmien Scantrack-palvelun kautta tapahtunutta tietojenvaihtoa vuosina 2007–2008.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Mikäli kaikkien vähittäiskaupan yritysten tai tuotteiden myyntiin liittyviä tietoja ei ole mahdollista kerätä kassapäättejärjestelmiä hyödyntäen, kassajärjestelmistä saatuja tietoja täydennetään muista lähteistä saatavalla informaatiolla.

<sup>2</sup> Kilpailuvirasto katsoi, että Suomen päivittäistavarakaupan keskittyneestä markkinarakenteesta johtuen osapuolet olivat voineet Scantrack-järjestelmässä vaihdettujen tietojen avulla tehdä pitäviä päätelmiä kilpailijoidensa hinnoittelusta ja siinä tapahtuneista muutoksista. Vaihdettujen tietojen avulla voitiin monitoroida myös pieniä hintamuutoksia. Koska vaihdetut tiedot olivat mahdollistaneet yksittäisen kilpailijan kilpailukäyttötymisen monitoroinnin, tietojenvaihto oli saattanut johtaa osapuolten keskinäisen kilpailukäyttötymisen yhdenmukaistumiseen.

10. Scantrack-palvelun loppumisen jälkeen tavarantoimittajien tiedonsaanti Suomessa on perustunut sekä kaupparyhmien antamaan että niiltä ostettavissa olevaan menekkitietoon. Kaupan suoraan tavarantoimittajille luovuttama menekkitieto on kuitenkin tyypillisesti epätarkempaa ja suppeampaa kuin tiedonjako-operaattoreille edellä kohdassa 8 selostetulla tavalla jatkojalostettavaksi toimitettava tieto. KKV:n saaman selvityksen perusteella tavarantoimittajien eri lähteistä saaman tiedon yhdistäminen ja vertaileminen on vaikeaa, sillä sekä tavarantoimittajien että kaupparyhmien tuoteryhmä- ja tuoteluokitusmenetelmät eroavat toisistaan. Esimerkiksi samannimisen tuoteryhmän tosiasiallinen sisältö saattaa poiketa merkittävästi eri kaupparyhmien välillä, joten tavarantoimittaja ei kyseisiä tuoteryhmätietoja vertaamalla pysty muodostamaan tarkkaa kuvaa menestymisestään kokonaismarkkinoilla.
11. Elintarviketeollisuusliitto ry on esittänyt KKV:lle, ettei tavarantoimittajilla edellä mainitusta vertailukelvottomuudesta johtuen ole mahdollisuutta muodostaa luotettavaa käsitystä kokonaismarkkinoista. Vastaavasti myös mahdollisuudet tiedon käyttämiseen edellä kohdassa 5 kuvattuihin strategisiin ja taktisiin tarkoituksiin ovat rajoitetut. KKV:lle on esimerkiksi esitetty, että puute kokonaismarkkinatiedosta estää kulutus-trendien tunnistamista ja sitä kautta tuotannon optimointia. Kokonaismarkkinatiedon puutteen on myös esitetty vähentävän innovoinnin edellytyksiä.

## 5.2 Ruokakeskon menekkitiedonjakopalvelu

12. Ruokakesko on Kesko Oyj:n päivittäistavarakauppaan keskittynyt tytäryhtiö. Ruokakesko on kehittänyt ja ottanut käyttöön oman tiedonjakopalvelun Scantrack-palvelusta vetäytyttyään. Ruokakesko myy tavarantoimittajilleen K-ruokakauppojen vähittäismyyntitietoa kahdessa eri tietopakettivaihtoehdossa: laajassa A-paketissa ja suppeammassa B-paketissa. Tiedonjakopalvelun tuottajana toimii Analyse Solutions Finland Oy. Ruokakesko ei myy menekkitietoa tiedonjako-operaattoreille.
13. Molemmissa paketeissa tavarantoimittaja saa edustamansa tavararyhmän ja sen alatavararyhmien ja tuotesegmenttien valmistajakohtaisen kokonaismyyntitiedon. Tuote- ja tuotemerkkitasoista myyntitietoa tavarantoimittajat saavat vain omista tuotteistaan. A-paketti sisältää osin myös kauppatasosta tietoa, kun taas B-paketti sisältää useita kauppoja yhteensä koskevaa tietoa. Tieto välitetään henkilökohtaisin tunnuksin suojatussa internet-portaalissa, ja se päivittyy 1–2 viikon viiveellä.
14. Toisin kuin B-paketti, A-paketti sisältää myös myyntitietoa jaoteltuna eri asiakassegmentteihin sekä esimerkiksi tuoteryhmän ostofrekvenssiin ja

kertaostoksen suuruuteen liittyviä tietoja. Nämä niin sanotut asiakastiedot päivittyvät noin kuukauden viiveellä.

15. A-paketin kuukausihinta on [ ] euroa ja B-paketin [ ] euroa. Ruokakeskon tiedonjakopalvelua ostaa noin [ ] prosenttia sen tavaran-toimittajista. Kyseiset asiakkaat edustavat vähittäismyynnin arvosta noin [ ] prosenttia.

## 6. Ratkaisun perustelut

### 6.1 Määrävä markkina-asema

#### 6.1.1 Lainsäädäntö

16. Kilpailulain 4 §:n 1 momentin 2 kohdan mukaan määrävä markkina-asema katsotaan olevan yhdellä tai useammalla elinkeinonharjoittajalla taikka elinkeinonharjoittajien yhteenliittymällä, jolla koko maassa tai tietyllä alueella on yksinoikeus tai muu sellainen määrävä asema tietyillä hyödykemarkkinoilla, että se merkittävästi ohjaa hyödykkeen hintatasoa tai toimitusehtoja taikka vastaavalla muulla tavalla vaikuttaa kilpailuolosuhteisiin tietyllä tuotanto- tai jakeluportaalla.
17. Kilpailulakiin on 1.1.2014 lisätty päivittäistavarakauppaa koskeva erityissäännös. Kilpailulain 4a §:n mukaan määrävä markkina-asema Suomen päivittäistavarakaupan markkinoilla katsotaan olevan elinkeinonharjoittajalla tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymällä, jonka markkinaosuus päivittäistavarakaupan vähittäismyynnissä Suomessa on vähintään 30 prosenttia.
18. Kilpailulain 4a §:n esitöiden mukaan päivittäistavarakaupan markkinoilla tarkoitetaan päivittäistavaroiden vähittäis- ja hankintamarkkinoita. Päivittäistavarakaupan vähittäismarkkinat muodostuvat päivittäistavaroita kuluttajille myyvistä liikkeistä eli päivittäistavarakaupoista. Päivittäistavaroiden käsite pitää sisällään ruoan, juomat, tupakka- ja teknokemian tuotteet, kodin paperit, lehdet sekä kosmetiikan.<sup>3</sup>
19. Kilpailulain 4a §:n esitöiden mukaan kyseistä pykälää sovellettaessa ei määritellä tavanomaiseen tapaan relevantteja hyödykemarkkinoita määrävän markkina-aseman toteamista varten, vaan tässä suhteessa riittää sen selvittäminen, ylittyykö 30 prosentin markkinaosuusraja.<sup>4</sup>
20. Kilpailulain 4a §:n tavoitteena on parantaa kilpailun toimivuutta Suomen päivittäistavarakaupan markkinoilla ja estää ennen kaikkea vahvaan markkina-asemaan nojautuva kohtuuttomien ja syrjivien kauppatapojen ylläpitäminen sekä varmistaa, että suuret kaupan toimijat eivät sulje

<sup>3</sup> HE 197/2012 vp, s. 28.

<sup>4</sup> HE 197/2012 vp, s. 27–28.

markkinoilta kilpailijoitaan muilla keinoilla kuin kilpailemalla omilla ansi-  
oilla tavanomaisin ja objektiivisesti hyväksyttävien kilpailukeinoin. Sään-  
nöksen tarkoituksena on varmistaa, että suurimmat kaupparyhmittymät  
kohtelevat tavarantoimittajia ja muita markkinoilla toimivia tahoja syrji-  
mättömästi.<sup>5</sup>

21. Kilpailulain 4a §:n tavoitteena ei kuitenkaan ole estää suurimpien kaup-  
paryhmien markkinaosuuksien kasvua jatkossakin, jos ryhmien kilpailu-  
kyky suo siihen mahdollisuuden. Säännöksen tavoite ei ole pysäyttää  
suurten päivittäistavarakaupan toimijoiden välistä kilpailua eikä niiden  
kilpailua muita päivittäistavarakauppoja vastaan, vaan torjua vahvaan  
markkina-asemaan perustuvat selkeästi kilpailua poissulkevat ja kaup-  
pakumppaneita tai kuluttajia hyväksikäyttävät menettelyt.<sup>6</sup>
22. Kilpailulain 4a § koskee määräävän markkina-aseman toteamista päivit-  
täistavarakaupassa. Säännös ei vaikuta määräävän markkina-aseman  
väärinkäytön arviointiin.<sup>7</sup> Esitöiden mukaan väärinkäyttökiellon sovelta-  
misessa tulee noudattaa yleisiä kilpailulain toimeenpanoon liittyviä peri-  
aatteita eli kysymys on ensisijaisesti terveen ja toimivan kilpailun tur-  
vaamisesta.<sup>8</sup>

#### 6.1.2 Ruokakeskon määräävä markkina-asema

23. KKV:n selvitysten mukaan vuosina 2014–2015 Ruokakeskon markkina-  
osuus Suomen päivittäistavarakaupan vähittäismarkkinoilla on ollut yli  
30 prosenttia. Näin ollen Ruokakeskon voidaan katsoa olevan määrää-  
vässä markkina-asemassa päivittäistavarakaupan markkinoilla kilpailu-  
lain 4a §:n nojalla.

### 6.2 Määräävän markkina-aseman väärinkäyttö

#### 6.2.1 Lainsäädäntö

24. Kilpailulain 7 §:n mukaan yhden tai useamman elinkeinonharjoittajan tai  
elinkeinoharjoittajien yhteenliittymän määräävän markkina-aseman  
väärinkäyttö on kiellettyä. Väärinkäyttöä voi olla erityisesti:

- 1) kohtuuttomien osto- tai myyntihintojen taikka muiden kohtuuttomien  
kauppaehtojen suora tai välillinen määrääminen;
- 2) tuotannon, markkinoiden tai teknisen kehityksen rajoittaminen kulut-  
tajien vahingoksi;

<sup>5</sup> HE 197/2012 vp, s. 20.

<sup>6</sup> HE 197/2012 vp, s. 20.

<sup>7</sup> Hallituksen esityksen mukaan 4a § ei muuta väärinkäyttönä pidettävän menettelyn arviointia eikä lisää väärin-  
käyttökiellon tunnusmerkistöön uusia väärinkäyttönä pidettäviä menettelytapoja. HE 197/2012 vp, s. 27.

<sup>8</sup> HE 197/2012 vp, s. 27.

- 3) erilaisten ehtojen soveltaminen eri kauppakumppanien samankaltaisiin suorituksiin kauppakumppaneita epäedulliseen kilpailuasetelmaan asettavalla tavalla; tai
- 4) sen asettaminen sopimuksen syntymisen edellytykseksi, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppatavan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen.
25. Kilpailulain 7 § perustuu Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen (SEUT) 102 artiklaan ja sitä on tulkittava yhdenmukaisesti 102 artiklan ja sitä koskevan unionin soveltamiskäytännön mukaisesti.
26. Kilpailulain 7 §:n väärinkäyttömuotojen esimerkkiluetteloa ei ole pidettävä tyhjéntävänä. Määräävän markkina-aseman väärinkäytön arvioinnissa keskeistä ei ole se, mitä kilpailulain 7 §:n esimerkkilistan kohtaa voidaan katsoa rikotun, vaan se, mitä vaikutuksia toimivalle kilpailulle määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen menettelyllä on ollut.
27. Unionin oikeuskäytännön mukaan määräävä markkina-asema tuo yritykselle erityisvastuun, jonka mukaan määräävässä asemassa olevan yrityksen tulee varmistua siitä, ettei sen toiminta haittaa toimivaa ja vääristymätöntä kilpailua yhteismarkkinoilla. Erityisvastuun soveltamisalaa on tarkasteltava kunkin tapauksen heikentynyttä kilpailutilannetta ilmentävien erityisten olosuhteiden valossa.<sup>9</sup>
28. Jokaisella yrityksellä, myös määräävässä markkina-asemassa olevalla yrityksellä, on lähtökohtaisesti oikeus valita kauppakumppaninsa ja käyttää omaisuuttaan vapaasti. Unionin oikeuskäytännön perusteella määräävässä markkina-asemassa olevan toimijan liikesuhteesta kieltäytyminen voi kuitenkin poikkeuksellisissa olosuhteissa muodostaa määräävän markkina-aseman väärinkäytön.
29. Unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaan toimituksista kieltäytymisen käsite kattaa muun muassa tuotteiden toimittamisen epäämisen olemassa oleville tai uusille asiakkaille<sup>10</sup>, immateriaalioikeuksia koskevien käyttö lupien epäämisen<sup>11</sup> ja olennaiseen toimintoon tai verkostoon pääsyn epäämisen<sup>12</sup>. Unionin oikeuskäytännön perusteella poikkeuksellisina on pidettävä seuraavia olosuhteita:

<sup>9</sup> Esim. asia C-209/10, Post Danmark A/S v. Konkurrenserådet, kohdat 23 ja 24 siinä viitattuine oikeustapauksiin.

<sup>10</sup> Esim. yhdistetyt asiat 6/73 ja 7/73, Istituto Chemioterapico Italiano ja Commercial Solvents v. komissio.

<sup>11</sup> Esim. yhdistetyt asiat C-241/91 P ja C-242/91 P, Radio Telefis Eireann ja Independent Television Publications Ltd v. komissio ja asia C-418/01, IMS Health v. NDC Health.

<sup>12</sup> Asia 7/97, Oscar Bronner v. Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft ja Mediaprint Anzeigengesellschaft, komission päätös 94/19/EY asiassa IV/34.689 – Sea Containers v. Stena Sealink – Interim Measures ja komission päätös 92/213/ETY asiassa IV/33.544 – British Midland v. Aer Lingus.

1. kieltäytyminen liittyä tuotteeseen tai palveluun, joka on objektiivisesti välttämätön, jotta yritys voisi kilpailla tehokkaasti tuotantoketjun loppupään markkinoilla<sup>13</sup>,
  2. kieltäytyminen johtaa todennäköisesti tehokkaan kilpailun loppumiseen tuotantoketjun loppupään markkinoilta<sup>14</sup>, ja
  3. kieltäytyminen aiheuttaa todennäköisesti haittaa kuluttajille<sup>15</sup>.
30. Toimituksesta kieltäytymistä voidaan kuitenkin pitää sallittuna, mikäli toimituksen epääminen on välttämätöntä, jotta määräävässä asemassa oleva yritys pystyy saamaan asianmukaisen tuoton investoinneista, jotka on tehtävä sen tuotantopanosiiketoiminnan kehittämiseksi.<sup>16</sup>

#### 6.2.2 Ruokakeskon menettelyn arviointi

31. Ruokakeskolle kilpailulain 4a §:n nojalla muodostuvaa määräävää markkina-asemaa ja siitä seuraavaa erityisvastuuta on tarkasteltava kyseisen erityissäännöksen tarkoituksen valossa. Määräävän markkina-aseman väärinkäytön arvioimiseksi asiassa tulee tarkastella vaikutuksia, joita menettelystä mahdollisesti aiheutuu kilpailulle päivittäistavara-kaupan markkinoilla. Arvioitavana on toisin sanoen se, käyttääkö Ruokakesko

---

<sup>13</sup> Tuotantopanosta pidetään objektiivisesti välttämättömänä, jos sille ei ole tosiasiallista tai mahdollista korvaajaa, johon tuotantoketjun loppupään markkinoilla toimivat kilpailijat voisivat turvautua puolustautuakseen ainakin pitkällä aikavälillä epäämisen kielteisiä vaikutuksia vastaan. Yhdistetyt asiat C-241/91 P ja C-242/91 P, Radio Telefis Eireann ja Independent Television Publications Ltd v. komissio, kohdat 52 ja 53, asia 7/97, Oscar Bronner v. Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft ja Mediaprint Anzeigengesellschaft, kohdat 44 ja 45 ja asia T-201/04, Microsoft v. komissio, kohta 421.

<sup>14</sup> Ks. komission tiedonanto Ohjeita komission ensisijaisista täytäntöönpanotavoitteista sovellettaessa EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa yritysten määräävän aseman väärinkäyttöön perustuvaan markkinoiden sulkemiseen (komission tiedonanto SEUT 102 artiklan soveltamisesta) Euroopan unionin virallinen lehti nro C 45, 24.2.2009, s. 7, kohdat 83–85. Mikäli tuotantopanosta voidaan pitää objektiivisesti välttämättömänä toimijoille, jotta ne voivat kilpailla markkinoilla tehokkaasti, toimituksesta kieltäytyminen todennäköisesti poistaa tehokkaan kilpailun tuotantoketjun loppupään markkinoilta, joko välittömästi tai jonkin ajan kuluttua. Kilpailun poistamisen todennäköisyys on yleensä sitä suurempi, mitä suurempi on määräävässä asemassa olevan yrityksen markkinaosuus tuotantoketjun loppupään markkinoilla, mitä vähemmän määräävässä asemassa olevalla yrityksellä on kapasiteetin rajoituksia suhteessa kilpailijoihin tuotantoketjun loppupään markkinoilla, mitä tiiviimpi on korvattavuus määräävässä asemassa olevan yrityksen ja sen kilpailijoiden tuotannon välillä tuotantoketjun loppupään markkinoilla, mitä suurempi on niiden tuotantoketjun loppupään markkinoilla toimivien kilpailijoiden osuus, joihin asia vaikuttaa, ja mitä todennäköisempää on, että kysyntä, johon markkinoilta suljetut kilpailijat voisivat vastata, ohjautuisi niiltä pois määräävässä asemassa olevan yrityksen eduksi.

<sup>15</sup> Kuluttajalle aiheutuvan haitan osalta arvioidaan, ovatko kuluttajille toimittamisen epäämisestä merkityksellisillä markkinoilla todennäköisesti aiheutuvat kielteiset seuraukset ajan mittaan suuremmat kuin toimittamista koskevan veloitteen määräämisestä aiheutuvat kielteiset seuraukset. Kuluttajille saattaa aiheutua haittaa esimerkiksi silloin, kun määräävässä asemassa olevan yrityksen markkinoilta sulkemia kilpailijoita estetään epäämisen tuloksena tuomasta markkinoille innovatiivisia tuotteita tai palveluja ja/tai todennäköisesti tukahdutetaan seuraavat innovaatiot. Asia T-201/04, Microsoft v. komissio, kohdat 643, 647, 648, 649, 652, 653 ja 656.

<sup>16</sup> Komission tiedonanto SEUT 102 artiklan soveltamisesta, kohta 89.

kakesko määräävää markkina-asemaansa päivittäistavarakaupan markkinoilla tavalla, joka heikentää tai vääristää kilpailua.

32. Asiassa on kyse yhtäältä siitä, onko Ruokakeskolla velvollisuus luovuttaa tavarantoimittajille menekkitietoa nykyisestä poikkeavin ehdoin ja toisaalta siitä, onko Ruokakeskolla velvollisuus luovuttaa menekkitietoa tiedonjako-operaattoreille. Menettelyn kilpailuvaikutusten arviointi tehdään erikseen tavarantoimittajien ja tiedonjako-operaattoreiden osalta.

*Velvollisuus luovuttaa menekkitietoa tavarantoimittajille*

33. Päivittäistavaramarkkinoiden menekkitiedon jakamisella elintarvikeketjussa voi olla kilpailun kannalta sekä myönteisiä että kielteisiä vaikutuksia. Vaikutusten luonne riippuu muun muassa tiedon tarkkuudesta, tiedon tuoreudesta, tiedonjaon tasapuolisuudesta ja tavarantoimittajien välisestä tuote- ja tuoteryhmäkohtaisesta kilpailutilanteesta.
34. Yhtäältä päivittäistavaroiden tarjontaketjun tehokkaan toiminnan voidaan katsoa edellyttävän kykyä ennakoida tulevaa kysyntää tai kysynnän kausivaihteluita. Tehokas toiminta käsittää muun muassa tuotantokapasiteetin tehokkaan käytön ja tuotantoon tarvittavien panosvirtojen hallinnan, mutta myös tuotannon uudelleensuuntaamisen toiminnan kannattavuuden kannalta järkevällä tavalla. Kysynnän analysointi ja ennakointi edellyttää näihin tarkoituksiin soveltuvan riittävän tarkan, kattavan ja ajankohtaisen sekä historiallisen tiedon olemassaoloa ja saatavuutta.
35. Toisaalta liian yksityiskohtainen ja ajantasainen tieto on omiaan lisäämään toimijoiden välistä läpinäkyvyyttä tavalla, joka saattaa kannustaa yrityksiä yhteensovittamaan käyttäytymistään ja samalla hälventää toimivalle kilpailulle ominaista epävarmuutta kilpailevien yritysten toimista. Nykyistä tarkemman menekkitiedon jakamisesta seuraava läpinäkyvyys saattaa johtaa elintarviketeollisuuden toimijoiden käyttäytymisen yhteensovittamiseen. On myös mahdollista, että yritysten tuotekehittelyn kannustimet heikentyvät nykyistä tarkemman menekkitiedon ja tämän avulla kohdennetun tuotejäljittelyn seurauksena.
36. KKV:n selvitysten perusteella tavarantoimittajien keskeisiin tiedonsaantiin liittyvä ongelma on eri lähteistä saatavan tiedon vertailukelvottomuus.<sup>17</sup> Yksittäiselle kaupparyhmälle asetettavalla tiedon luovutusvelvoitteella kyseistä ongelmaa ei kuitenkaan voida ratkaista. Vaikka yksittäinen kaupparyhmä alkaisi luovuttaa nykyistä tarkempaa tietoa, tavarantoimittajilla ei olisi mahdollisuutta yhdistää tietoa muualta saamaansa tietoon kokonaismarkkinakäsityksen muodostamiseksi. Päivittäistavarakaupan kokonaismarkkinatiedon luominen on KKV:n selvitysten pe-

<sup>17</sup> Ks. edellä kohdat 10 ja 11.



rusteella mahdollista ainoastaan siten, että menekkitietoa luovutetaan EAN-kooditasoisesti tiedonjako-operaattorin analysoitavaksi.

37. KKV ei myöskään ole saanut näyttöä siitä, että edellä kohdassa 29 kuvatut toimituksista kieltäytymistä koskevat kriteerit täyttyisivät. Kriteeristön mukaan toimituksista kieltäytymisen tulee muun muassa todennäköisesti johtaa tehokkaan kilpailun loppumiseen tuotantoketjun loppupään markkinoilta. KKV ei pidä todennäköisenä, että nykyistä laajemman tai tarkemman päivittäistavarakaupan menekkitiedon luovuttamatta jättäminen lopettaisi tehokkaan kilpailun päivittäistavaroiden tuotannossa. Kyseisen kriteerin ei siten voida katsoa täyttyvän. Koska toimituksista kieltäytymistä koskeva kriteeristö on kumulatiivinen eli kaikkien kriteerien edellytetään täyttyvän samanaikaisesti, muiden kriteerien arviointi ei ole asiassa tarpeellista.
38. KKV:n selvitysten perusteella menekkitiedon toimittamisen tavarantoimittajille nykyisistä poikkeavin ehdoin ei voida katsoa yksiselitteisesti edistävän kilpailua päivittäistavarakaupan markkinoilla. KKV ei myöskään ole saanut asiassa näyttöä, jonka perusteella Ruokakeskon nykyisten tiedonjakokäytäntöjen voitaisiin katsoa heikentävän tai vääristävän kilpailua päivittäistavarakaupan markkinoilla kilpailulain 4a §:n esitöiden edellyttämällä tavalla.
39. Edellä esitetyn perusteella KKV toteaa, ettei asiassa ole näyttöä siitä, että Ruokakeskon nykyisissä tiedonjakokäytännöissä olisi kyse kilpailulain 4a ja 7 §:n vastaisesta määrävän markkina-aseman väärinkäytöstä.

*Velvollisuus luovuttaa menekkitietoa tiedonjako-operaattoreille*

40. Toisin kuin suoraan tavarantoimittajille jaettava tieto, tiedonjako-operaattoreille toimitettava tieto poistaisi tiedon vertailukelvottomuuteen liittyvän ongelman.<sup>18</sup> On kuitenkin epäselvää, kuinka suuri osa tavarantoimittajista tosiasiallisesti hyötyisi keskitetystä tiedonjakopalvelusta. Analysoitua menekkitietoa myyvän tiedonjako-operaattorin toiminnasta hyötyisivät eniten isot tavarantoimittajat, joilla on jo nykytilanteessa kilpailijoitaan paremmat edellytykset menekkitiedon ostamiseen ja analysoimiseen.
41. Koska Ruokakeskon määrävä markkina-asema perustuu kilpailulain 4a §:ään, asiassa ei ole arvioitu menekkitiedon saamisen vaikutuksia tiedonjako-operaattoreiden toimintaan vaan vaikutuksia kilpailuun päivittäistavarakaupan markkinoilla. KKV ei ole saanut asiassa näyttöä siitä, että tiedonjako-operaattorin toiminta olisi yksiselitteisesti omiaan parantamaan kilpailun toimivuutta päivittäistavarakaupan markkinoilla kilpailulain 4a §:n esitöiden edellyttämällä tavalla.

<sup>18</sup> Ks. edellä kohdat 10 ja 11.

42. Edellä esitetyn perusteella KKV toteaa, ettei asiassa ole saatu näyttöä siitä, että Ruokakeskon menettelyssä olisi kyse kilpailulain 4a ja 7 §:n vastaisesta määräävän markkina-aseman väärinkäytöstä.

## **7. Johtopäätökset**

43. KKV ei ole saanut asiassa näyttöä siitä, että Ruokakeskon menettelyssä olisi kyse kilpailulain 4a ja 7 §:n vastaisesta määräävän markkina-aseman väärinkäytöstä. KKV katsoo, ettei asian selvittämistä ole syytä jatkaa. KKV poistaa asian käsittelystä.

44. KKV voi ottaa asian uudelleen käsiteltäväksi, mikäli se saa uutta tietoa, jonka perusteella on syytä epäillä asiassa käsitellyn toiminnan olevan kilpailulain vastaista.

## **8. Sovelletut säännökset**

Kilpailulaki (948/2011) 4a §, 7 §, 31 §.

## **9. Muutoksenhaku**

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 44 §:n perusteella siten kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

## **10. Lisätiedot**

Lisätietoja päätöksestä antavat johtaja Kirsi Leivo (puhelin 029 505 3351) ja erikoistutkija Martina Castrén (puhelin 029 505 3325). Sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Johtaja

Kirsi Leivo

Erikoistutkija

Martina Castrén

Liite:

Valitusosoitus