



KILPAILUVIRASTO  
KONKURRENSVERKET

ESITYS  
Dnro 258/61/06  
Julkinen  
29.4.2010

1 (131)

Markkinaoikeus  
PL 118  
00131 Helsinki

## MARKKINAOIKEUDELLE

Esitys seuraamusmaksun määrittämiseksi **Iittala Group Oy Ab**:lle kilpailunrajoituksista annetun lain 4 §:n vastaisesta kilpailunrajoituksesta

## Sisällysluettelo

1 Asia.....	4
2 Osapuolet .....	4
3 Kilpailuviraston esitys markkinaoikeudelle.....	4
4 Vaatimuksen perusteet lyhyesti .....	4
5 Asian vireilletulo ja selvittäminen.....	5
5.1 Iittalan toimittamat selvitykset.....	6
5.2 Iittalan jälleenmyyjien toimittamat selvitykset.....	7
6 Markkinat.....	8
6.1 Iittala Group Oy Ab.....	8
6.2 Markkinaolosuhteet ja -rakenne.....	9
7 Näyttö kilpailunrikkomuksesta.....	10
7.1 Määrähintalausekkeen sisältävät tuotekohtaiset jakelusopimukset.....	11
7.2 Seuraamusmaksuesityksen liitteenä olevat sähköpostit, muistiot ja tuote-esittelyt.....	19
7.2.1 KoKo-tuotteet.....	20
7.2.2 Teema-tuotteet .....	28
7.2.3 Alvar Aalto –tuotteet.....	41
7.2.4 Muumi-tuotteet .....	49
7.2.5 24h-tuotteet.....	72
7.2.6 Kivi- ja Mariskooli-tuotteet .....	76
7.2.7 Muut tuotteet.....	81
7.3 Iittalan ja sen jälleenmyyjien välinen tarjouskampanjoita koskeva menettely.....	88
7.4 Lopuksi.....	89
8 Kilpailuoikeudellinen arvio .....	89
8.1 Relevantit markkinat .....	89
8.2 Vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan .....	91
8.3 Kilpailunrajoituslain 4 §.....	92
8.3.1 Vähämerkityksellisyys.....	93
8.3.2 Sopimuksen ja yhdenmukaistetun menettelytavan käsitteet.....	94
8.4 Kilpailunrajoituslain 5 §.....	97
8.4.1 Iittalan vastineessaan esittämä tehokkuuspuolustus .....	98
8.4.2 Kilpailuviraston arvio .....	99
8.5 Kilpailunrikkomus .....	100
8.5.1 Iittalan menettely.....	101
8.5.2 Iittalan menettely täyttää määrähintasopimuksen tunnusmerkistön.....	104
8.5.2.1 Allekirjoitetut määrähintasopimukset.....	105
8.5.2.2 Määrä hinnasta sopiminen suullisesti ja sähköpostilla sekä määrähinnan noudattaminen käytännön toimilla.....	105
8.5.2.3 Määrähinnan muodostuminen sopimuksen osaksi tarjouksen hyväksymisen yhteydessä....	108
8.5.2.4 Määrähinnan noudattaminen alennusten saamisen edellytyksenä.....	108
8.5.2.5 Iittalan suorittama hintaseuranta, toimituskiellolla uhkaaminen ja jälleenmyyjien asettaminen toimituskieltoon .....	109
8.5.2.6 Johtopäätös .....	110

8.6 Sopimus tai yhdenmukaistettu menettely jakelijoittain .....	110
8.6.1 Halpamyymälät ja erikoisliikkeet.....	111
8.6.2 Kesko Oyj .....	112
8.6.3 S-ryhmä.....	115
8.6.4 Stockmann Oyj Abp.....	117
8.6.5 Tradeka Oy .....	120
8.6.6 Yhteenveto.....	122
8.7 Yksi yhtenäinen kilpailunrikkomus .....	124
8.8 Kilpailunrajoituksen vaikutukset markkinoilla .....	125
8.9 Lopuksi.....	127
9 Seuraamusmaksu .....	128
9.1 Laatu .....	129
9.2 Laajuus .....	129
9.3 Kesto aika.....	130
9.4 Seuraamusmaksun määrä.....	130
10 Sovelletut säännökset.....	131

## 1 ASIA

1. Iittala Group Oy Ab:n harjoittama määrähinnoittelu

## 2 OSAPUOLET

2. Iittala Group Oy Ab, Helsinki

## 3 KILPAILUVIRASTON ESITYS MARKKINAOIKEUDELLE

3. Iittala Group Oy Ab on syyllistynyt kilpailunrajoituksista annetun lain (jäljempänä kilpailunrajoituslaki) 4 §:n vastaiseen rikkomukseen harjoittamalla määrähinnoittelua ajalla 4.4.2005 – 31.12.2007.
4. Kilpailuvirasto esittää, että markkinaoikeus määrää Iittala Group Oy Ab:lle kilpailunrajoituslain 7 §:ssä tarkoitetun seuraamusmaksun.
5. Kilpailuvirasto esittää seuraamusmaksun suuruudeksi 4.000.000 euroa.

## 4 VAATIMUKSEN PERUSTEET LYHYESTI

6. Kilpailuviraston seuraamusmaksuesityksen liitteenä oleva asiakirja-aineisto osoittaa, että Iittala Group Oy Ab (jäljempänä myös Iittala) on rikkonut kilpailunrajoituslain 4 §:ää harjoittaessaan määrähinnoittelua.
7. Iittalan valmistamien tuotteiden jakelu on järjestetty omien vähittäismyymälöiden lisäksi sopimalla jälleenmyynnistä itsenäisten jälleenmyyjien kanssa. Iittalan jälleenmyyjinä on sekä päivittäistavara- ja kaupan ketjuihin kuuluvia tavarataloja ja marketteja että näiden ketjujen ulkopuolisia erikoisliikkeitä ja halpamyymälöitä. Iittala on vuodesta 2005 alkaen käyttänyt useiden tuotteiden kohdalla sopimusmallia, jossa jälleenmyyjille asetetaan alin sallittu vähittäismyyntihinta.
8. Solmiessaan jälleenmyyntisopimuksen ketjuihin kuulumattomien liikkeiden kanssa Iittala on laatinut yhteistoiminta-/jakelusopimukseksi nimetyn sopimuksen, jossa sovitaan liikesuhteen yleisistä ehdoista. Tämän perussopimuksen lisäksi näiden jälleenmyyjien on tavarantoimitukset turvatakseen tullut tiettyjen tuotteiden kohdalla allekirjoittaa jakelutiesopimus, jossa on määritelty tuotekohtaisten valikoimaan ja esillepanoon liittyvien asioiden ohella tuotteen alin sallittu vähittäismyyntihinta.
9. Tuotekohtaisissa jakelutiesopimuksissa on määritelty tuotteen alimmaksi sallituksi vähittäismyyntihinnaksi joko Iittalan kulloinkin voimassa olevan

vähittäismyyntihinnaston mukainen suositushinta tai vaihtoehtoisesti ilmoitettu minkä verran tämän suositushinnan korkeintaan saa alittaa. Lisäksi kyseisissä sopimuksissa on määrätty suurin sallittu kampanja-alennus ja kampanjan enimmäispituus.

10. Kyseisten tuotekohtaisten jakelutiesopimusten mukaan näiden ehtojen noudattaminen on edellytys tuotteen myyntiin saamiselle. Yhteensä noin 90 Iittalan jälleenmyyjänä toimivaa halpamyymälää tai erikoismyymälää on allekirjoittanut määrähintalausekkeen sisältäviä jakelutiesopimuksia vuosina 2005–2007.
11. Päivittäistavarakaupan ketjuihin kuuluvien tavaratalojen ja markettien kanssa sopimussuhteen ehdoista on puolestaan sovittu näiden yritysten käyttämällä tavarantoimittajasopimuksilla. Iittala yritti saada myös kyseiset yritykset allekirjoittamaan määrähintaehtoon sisältäviä tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia, mutta nämä eivät suostuneet. Iittala on sisällyttänyt määrähinnan päivittäistavarakaupan ketjujen kanssa solmittuihin sopimussuhteisiin osin nimenomaisesti suullisesti tai sähköpostitse sopimalla, ja osin jälleenmyyjät ovat noudattaneet määrähintaa tosiasiallisilla toimillaan.
12. Iittalan myyntihenkilökunta on valvonut jälleenmyyjien vähittäishintoja määrähinnoiteltujen tuotteiden kohdalla. Jälleenmyyjät ovat joissain tuotteissa ajoittain osin poikenneet määrähinnasta. Tällöin Iittala on pyrkinyt taivuttelemaan jälleenmyyjää noudattamaan annettua hintaa korostaen, että siitä on sovittu muidenkin jälleenmyyjien kanssa. Iittala on myös asettanut määrähinnan noudattamisen tuotteiden saamisen edellytykseksi.
13. Määrähinnoittelu on kohdistunut lähes kaikkiin Iittalan jälleenmyyjiin tunnetuimpien tuotteiden kohdalla koko maassa. Iittalan menettelyllä on ollut kuluttajahintoja nostava vaikutus. Kyseessä on ollut Iittalan määrätietoinen strategia, jota on toteutettu usean vuoden ajan.
14. Sanotulla menettelyllä Iittala on syylistynyt kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun ajanjaksolla 4.4.2005 – 31.12.2007.

## 5 ASIAN VIREILLETULO JA SELVITTÄMINEN

15. Kilpailuvirastolle 17.3.2006 toimitettujen tietojen perusteella virastolla oli syytä epäillä, että Iittala Group Oy Ab:n ja sen jälleenmyyjien välisissä jakelusopimuksissa määrättiin kilpailunrajoituslain vastaisesti vähimmäishinnoista.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kilpailuvirastolle toimitettiin 17.3.2006 telefaxina allekirjoittamaton jakelutiesopimus.

16. Kilpailuvirasto suoritti 4.10.2006 tarkastuksen Iittalan toimitiloissa Helsingissä. Tarkastuksella löydettiin Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisiä sopimuksia, joissa määrättiin alin sallittu vähittäismyyntihinta, suurin sallittu kampanja-alennus ja kampanjan enimmäispituus. Lisäksi löydettiin yhtiön myyntiosaston kokouksista laadittuja muistioita, joista käy ilmi Iittalan toimenpiteet sen pyrkiessä varmistamaan, että jälleenmyyjät noudattavat sovittuja hintoja.

### 5.1 Iittalan toimittamat selvitykset

17. Kilpailuvirasto lähetti 2.3.2007 Iittalalle selvityspyynnön sen selvittämiseksi, oliko Iittala lopettanut rikkomuksen.<sup>2</sup> Iittalaa pyydettiin toimittamaan virastolle nimettyjen jälleenmyyjien jälleenmyyntisopimukset liitteineen. Iittala jätti vastauksessaan toimittamatta ne allekirjoitetut sopimukset, jotka sisälsivät määrähintalausekkeen.<sup>3</sup>
18. Rikkomuksen jatkamisen selvittämiseksi Kilpailuvirasto lähetti 11.5.2007 selvityspyynnöt viidelletoista Iittalan jälleenmyyjistä. Jälleenmyyjien vastauksista ilmeni, että Iittala oli vuonna 2007 edelleen solminut määrähintaehdon sisältäviä sopimuksia.<sup>4</sup>
19. Kilpailuvirasto suoritti rikkomuksen laajuuden ja jatkamisen selvittämiseksi 10.10.–12.10 ja 17.10.2007 Iittalan toimitiloissa uuden tarkastuksen.
20. Kilpailuvirasto on kuullut selvittämistarkoituksessa Iittalan edustajia myös suullisesti. Iittalan johtaja Ari Siipivirta ja myyntijohtaja Timo Marttinen kertoivat Kilpailuvirastolla 25.4.2008 pidetyssä palaverissa Iittalan kannan seuraamusmaksuesityksen kohteena olevasta asiasta.
21. Siipivirran mukaan yhteydenpidossa jälleenmyyjien kanssa keskustelu vähittäishinnoittelusta muodosti vain pienen osan koko kommunikoinnista. Syynä hintakeskusteluihin oli hänen mukaansa se, että Iittala oli huolissaan arvostettujen tavaramerkkien vähittäismyyntihinnoista. Hänen mukaansa Iittala ei halunnut jälleenmyyjien käyttävän Iittalan valmistamia tuotteita ns. sisäänvetotuotteina. Siipivirran mukaan jälleenmyyjien ei koskaan kohdistettu minkäänlaisia sanktioita, vaikka jälleenmyyjä olisikin poikennut suositushinnoista. Hänen mukaansa jälleenmyyjä ei koskaan edes uhattu

---

<sup>2</sup> Kilpailuviraston selvityspyyntö 2.3.2007 Iittalalle, liitteenä 1.

<sup>3</sup> Iittalan vastaus 5.4.2007 Kilpailuviraston selvityspyynnöön, liitteenä 2. Selvityspyynnön kysymyksessä 4 pyydettiin toimittamaan mm. Kokkolan Halpahalli Oy:n ja Veljekset Keskinen Oy:n allekirjoitetut sopimukset liitteineen. Iittala jätti toimittamatta näiden jälleenmyyjien vuonna 2007 allekirjoittamat määrähintalausekkeen sisältävät Muumi- ja 24h-tuotteiden jakelutiesopimukset.

<sup>4</sup> Kilpailuviraston selvityspyynnöt 11.5.2007 Iittalan jälleenmyyjille ja jälleenmyyjien vastaukset (Anttila Oy (vastattu 31.5.2007), Carlson Oy (vastattu 21.5.2007), Casadoor Oy (vastattu 22.5.2007), Kokkolan Halpahalli Oy (vastattu 22.5.2007), Oy Kone Wuorio Maskin Ab (vastattu 21.5.2007), Posliinitar Ky (vastattu 24.5.2007), Present Shop (vastattu 22.5.2007), Ruokakesko Oy (vastattu 31.5.2007), Serviisi (vastattu 14.5.2007), SOK (vastattu 22.5.2007), Oy Stockmann Ab (vastattu 24.5.2007), Tradeka Oy (vastattu 24.5.2007) ja Veljekset Keskinen Oy (vastattu 13.6.2007)), liitteinä 3-16.

sanktioilla siten, että suositushinnan noudattamista olisi vaadittu esimerkiksi tavaran saamisen edellytyksenä. Siipivirran mukaan myöskään minikäänlaista systemaattista seurantaä vähittäismyyntihintojen osalta ei suoritettu.<sup>5</sup>

22. Tapaamisessa keskusteltiin myös Iittalan vuodelle 2008 laatimasta jakelutiesopimusmallista, jonka virasto totesi edelleen sisältävän vähimmäishintaan liittyviä ehtoja.<sup>6</sup> Iittala toimitti 5.5.2008 Kilpailuvirastolle uuden tuotekohtaisen jakelutiesopimusmallin, josta vähimmäishintaan liittyvät lausekkeet olivat poistettu.<sup>7</sup>
23. Kilpailuvirasto toimitti 4.12.2009 seuraamusmaksuesitysluonnoksen ja kaikki selvitystyön aikana kertyneen asiakirjat Iittalalle. Iittala toimitti 1.3.2010 asiassa vastineen, jossa Iittala kiistää Kilpailuviraston väitteet. Virasto on huomionnut Iittalan esittämät seikat seuraamusmaksuesitystä laadittaessa.

## 5.2 Iittalan jälleenmyyjien toimittamat selvitykset

24. Virasto on asian selvittämisen yhteydessä lähettänyt Iittalan jälleenmyyjille useita selvityspyyntöjä ja vastaanottanut jälleenmyyjien näihin toimittamia vastauksia sekä muita selvityksiä.<sup>8</sup> Lisäksi virasto on kuullut suullisesti selvittämistarkoituksessa henkilöitä, jotka ovat toimineet Iittalan jälleenmyyjien palveluksessa seuraamusmaksuesityksen kattamalla ajanjaksolla. Viraston kuulemat henkilöt ovat toimineet Iittalan tuotteiden vähittäismyyntiin liittyvissä tehtävissä seuraavissa yrityksissä: Kesko Oyj, Kokkolan Halpahalli Oy, Mini-Mani Oy, S-ryhmä, Stockmann Oyj Abp ja Tradeka Oy (nykyinen Suomen Lähikauppa Oy toimi seuraamusmaksuesityksen ajankoh-

---

<sup>5</sup> Muistio tapaamisesta Iittalan kanssa 25.4.2008, liitteenä 17.

<sup>6</sup> Iittalan 7.3.2008 toimittama asiakirja, jonka liitteenä oli kopioita allekirjoitetuista jakelusopimuksista, liitteenä 18.

<sup>7</sup> Iittalan 5.5.2008 lähettämät uusitut yhteistoiminta-/jakelusopimukset, liitteenä 19.

<sup>8</sup> Kilpailuviraston selvityspyyntö 11.11.2008 seuraaville jakelijoille: Antti Airio Oy (vastattu 10.3.2009), J.Kärkkäinen Oy (vastattu 13.2.2009), Kesko Oyj (vastattu 5.12.2008), Lasi-Koiso Oy (vastattu 8.12.2008), SOK (vastattu 15.12.2008), Stockmann Oyj Abp (vastattu 28.11.2008) ja Tokmanni Oy (vastattu 23.2.2009). Selvityspyynnöt ja jakelijoiden vastaukset liitteinä 20–27

Minimani-yhtiön 16.8.2007 diaarinumerolta 737/61/07 siirretyt yhteydenotot, liitteenä 28

Kokkolan Halpa-Halli Oy:n toimittama myyntihintojen vertailu 20.5.2008, liitteenä 29

Kilpailuviraston selvityspyyntö 4.6.2008 Minimani Oy:lle, liitteenä 30 ja Minimani Oy:n vastaus 19.6.2008, liitteenä 31

Minimani Oy:n sähköposti 19.6.2008, liitteenä 32

Tradekan 2.3.2009 virastolle toimittama selvitys, liitteenä 33

Kilpailuviraston selvityspyyntö 21.4.2009 Ruokakesko Oyj:lle, liitteenä 34 ja Ruokakesko Oyj:n vastaus 14.5.2009, liitteenä 35

Kilpailuviraston selvityspyyntö 21.4.2009 Stockmann Oyj:lle, liitteenä 36 ja Stockmann Oyj:n vastaus 14.5.2009, liitteenä 37

Stockmann Oyj:n lisälausuma 23.3.2010, liitteenä 246.

tana nimellä Tradeka Oy ja virasto viittaa siihen jatkossa selvyiden vuoksi tällä nimellä).<sup>9</sup>

25. Iittalan jälleenmyyjät ovat pääosin todenneet olevansa tietoisia siitä, että Iittala ei voi valmistajana määrätä jälleenmyyntihintaa eikä kuluttajalennusten enimmäismäärää. Päivittäistavara-kaupan ketjuihin kuuluvat yritykset eivät ole allekirjoittaneet määrähintasopimuksia. Ne ovat pääosin todenneet vastauksissaan, että Iittalan antamat ohjeet suositushinnan noudattamisesta eivät ole niitä sitovia, minkä vuoksi niitä ei ole allekirjoitettu tai pyritty aktiivisesti noudattamaan. Halpamyymälät ja erikoisliikkeet, jotka ovat allekirjoittaneet määrähintasopimuksia, ovat osin todenneet allekirjoittaneensa ne vastentahtoisesti ja toisaalta osin vastauksista käy ilmi, ettei sopimusta juurikaan kyseenalaistettu.
26. Kilpailuvirasto on ottanut jälleenmyyjien lausumat huomioon arvioidessaan seuraamusmaksuesityksen kohteena olevaa menettelyä ja antanut kyseiset asiakirjat tiedoksi Iittalalle.

## 6 MARKKINAT

### 6.1 Iittala Group Oy Ab

27. Iittalan toimialana on kodintuotteiden, kuten ruoanvalmistus- ja kattausvälineiden sekä koriste-esineiden suunnittelu, valmistus, markkinointi sekä tukku- ja vähittäismyynti. Iittala toimii maailmanlaajuisesti ja sillä on vahva asema kotimarkkinoillaan Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa, joissa yrityksen tavaramerkkejä ovat muun muassa Arabia, Hackman, Iittala, BodaNova, Höganäs Keramik, Rörstrand ja Høyang-Polaris.
28. Vuodesta 1990 Hackman Oyj:hin kuulunut Iittala Oy Ab siirtyi vuonna 2004 toimivan johdon ja ABN AMRO Capitalin hallinnoiman sijoitusrahaston omistukseen. Vuoden 2006 lopussa yritys muutettiin julkiseksi osakeyhtiöksi ja toiminimeksi tuli Iittala Group Oyj.
29. Fiskars Oyj Abp:n kokonaan omistama ruotsalainen tytäryhtiö Avlis AB hankki 97,7 % Iittalan osakkeista ja samalla määräysvallan Iittala Group Oyj:ssä 31.8.2007.<sup>10</sup> Fiskars Oyj Abp:n kokonaisliikevaihto oli vuonna 2009 noin 663 miljoonaa euroa, josta Home –liiketoiminta-alueen osuus oli noin 299,9 miljoonaa euroa. Tästä liikevaihdosta Iittala Group Oy Ab:n

---

<sup>9</sup> Kokousmuistiot Minimani Oy (9.5.2008), Kokkolan Halpa-Halli Oy (13.5.2008), S-ryhmä (4.6.2008), Stockmann Oyj Abp (11.6.2008), Kesko (11.3.2009, 6.5.2009 ja 6.5.2009), S-ryhmä (8.5.2009 ja 9.6.2009), Stockmann (13.5.2009 4 kappaletta) ja Tradeka 15.5.2009 seuraamusmaksuesityksen liitteinä 38–51.

<sup>10</sup> Yrityskaupan jälkeen 25.9.2007 yhtiömuoto muutettiin julkisesta osakeyhtiöstä takaisin osakeyhtiöksi.



liikevaihto oli noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa, josta kotimaasta kertyi noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa.<sup>11</sup>

30. Iittalan kotimaanliikevaihto oli vuonna 2007 noin 107 miljoonaa euroa, josta noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa kertyi Iittalan omien vähittäismyymälöiden ja postimyynnin kautta, kun taas tukkumyynnistä jälleenmyyjille kertyi noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa. Loput kotimaan liikevaihdosta kertyi muusta tukkumyynnistä kuten BtoB ja HoReCa myynti. Iittala-tavaramerkin osuus kotimaan liikevaihdosta vuonna 2007 oli noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa, Hackman-tavaramerkin osuus noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa ja Arabia-tavaramerkin osuus noin [poistettu liikesalaisuutena] euroa.<sup>12</sup>

## 6.2 Markkinaolosuhteet ja -rakenne

31. Iittala myy tuotteitaan jälleenmyyntiin tavarataloille, erikois- ja päivittäistavaraliikkeille ja halpamyymälöille sekä suoraan yrityksille, hotelleille ja ravintoloille ja lisäksi suoraan kuluttajille omien konseptimyymälöiden, tehtaamyymälöiden, postimyynnin ja verkkokaupan kautta. Tämän monikanavajakeluun perustuvan liiketoimintamallin johdosta Iittala toimii vähittäismarkkinoilla jälleenmyyjienään kilpailijana. Iittalan kotimaan liikevaihdosta noin [poistettu liikesalaisuutena] kertyy omasta vähittäismyynnistä.
32. Iittalan jälleenmyyntiverkosto kotimaan markkinoilla on hyvin kattava ja Iittalan tuotteet ovat saatavilla koko maassa. Iittalan tuotteet ovat omien vähittäismyymälöiden lisäksi valikoimissa muun muassa seuraavissa liikkeissä: Stockmann Oyj Abp (mukaan lukien Hobby Hall), S-ryhmä (Prisma-marketit ja Sokos-tavaratalot), Tradeka Oy (valikoimissa pääasiassa Euromarket-ketjussa, mutta kampanjoiden yhteydessä myös Siwa- ja Valintatalo-ketjuissa), Kesko Oyj (K-citymarket, Kodin Ykkönen ja Anttila) ja lisäksi monet erikoisliikkeet ja halpamyymälät. Iittalan tunnettuja tuotteita ovat muun muassa Iittala-tavaramerkillä myytävät Teema-sarja, Alvar Aalto Collection, Origo-sarja ja Tris-sarja sekä Arabia-tavaramerkillä myytävät Muumi-sarja, KoKo-sarja, 24h-sarja, Nero-sarja, Apila-sarja sekä Hackman-tavaramerkillä myytävä Matador ja lisäksi Iittalan jakelemat Marimekko-tuotteet Mariskooli, Kivi ja Primavera.<sup>13</sup>
33. Taloustutkimuksen ja Markkinointi & Mainonta -lehden yhteistyössä tekemän kuluttajien kokemaa tavaramerkkien arvostusta mittaavan tutkimuksen mukaan Iittalan kolme tärkeintä tavaramerkkiä Suomen markki-

<sup>11</sup> Kilpailuviraston selvityspyyntö 14.4.2010 Iittalalle, liitteenä 52 ja Iittalan vastaus 20.4.2010, liitteenä 53.

<sup>12</sup> Kilpailuviraston selvityspyyntö 3.4.2008 Iittalalle, liitteenä 54 ja Iittalan vastaus 15.4.2008, liitteenä 55 ja Iittalan tilinpäätös 2007. Tavaramerkeittäin erotellut luvut eivät sisällä Iittalan BtoB ja HoReCa myynnin liikevaihtoa.

<sup>13</sup> Kilpailuviraston selvitys ei ole koskenut tavaramerkkejä BodaNova, Höganäs Keramik, Rörstrand ja Høyang-Polaris.

noilla, Iittala, Arabia ja Hackman, ovat kaikki sijoittuneet kymmenen arvostetuimman tavaramerkin joukkoon Suomessa vuosina 2005–2008.<sup>14</sup>

34. Iittalan tuotteiden kanssa kilpailevia kodintuotteita ovat muun muassa Villeroy & Boch, Alessi, Sagaform, Rösle, Wedgewood, Riedel, Pentik, Tefal, Kerman Savi, Opa, Luhta home ja useat ns. private label -tuotteet.<sup>15</sup>
35. Kilpailuviraston vuonna 2004 Iittalalta yrityskaupan yhteydessä saaman arvioon mukaan korkealuokkaisten kodintuotteiden kokonaismarkkinat Suomessa vuonna 2003 olivat arvoltaan noin 265 miljoonaa euroa. Iittalan vuosikertomuksen mukaan yrityksen markkinaosuus Suomen kodintuotemarkkinoista vuonna 2005 oli yli 50 %.<sup>16</sup> Iittalan vastineessa todetaan Iittalan markkinaosuuden Euroopan laajuisilla kodintuotteiden tukkumarkkinoilla olevan tällä hetkellä alle 10 %.<sup>17</sup>

## 7 NÄYTTÖ KILPAILUNRIKKOMUKSESTA

36. Kilpailuviraston asiakirjanäyttö muodostuu

- Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisistä allekirjoitetuista määrähintalausekkeen sisältävistä sopimuksista,
- Iittalan sisäisestä sähköpostikirjeenvaihdosta,
- Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisestä sähköpostikirjeenvaihdosta,
- Iittalan sisäisistä kokouksista (kuten myynninjohtoryhmän kokoukset ja vähittäismyynnin suunnittelukokoukset) laadituista muistioista,
- Iittalan jälleenmyyjilleen esittämistä tuote-esittelyistä,
- Iittalan jälleenmyyjien luona tekemistä asiakaskäynneistä laadituista raporteista,
- Iittalan kotimaan vähittäiskaupan jaksoarvioinneista,
- Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisistä kampanjatarjouksia varten laadituista Excel-taulukoista,
- Iittalan jälleenmyyjensä toteutuneista vähittäishinnoista laatimista hintavertailuista,
- Iittalan Kilpailuviraston selvityspyyntöihin laatimista vastauksista,
- muista Iittalan Kilpailuvirastolle toimittamista asiakirjoista,
- Iittalan jälleenmyyjien Kilpailuviraston selvityspyyntöön laatimista vasta-

<sup>14</sup> Taloustutkimuksen tekemä ”Bränditutkimus”.

<sup>15</sup> Iittalan yrityskauppapäätöksen Avlis AB (Fiskars Oyj)/Iittala Group Oyj, dnro 562/81/2007, 24.7.2007 yhteydessä ilmoittamat kilpailijat ja Iittalan jälleenmyyjien viraston 11.11.2008 tekemään selvityspyyntöön antamissa vastauksissa mainitsevat kilpailijat.

<sup>16</sup> Iittalan 1.3.2010 vastineen mukaan arvio ei perustu kilpailuoikeudellisesti relevantteihin markkinoihin vaan kyse on lähinnä markkinointitarkoituksiin käytetystä materiaalista.

<sup>17</sup> Kilpailuvirasto pyysi 4.12.2010 Iittalaa toimittamaan viimeisimmät käytettävissä olevat tiedot korkealuokkaisten kodintuotteiden kokonaismarkkinan arvosta Suomessa ja Iittalan markkinaosuudesta tällä markkinalla. Iittalan vastineessa 1.3.2010 todetaan kohdassa 2.3, että kyseisiä tietoja ei ole saatavilla vuoden 2006 jälkeen.

- uksista ja  
- muista Iittalan jälleenmyyjien Kilpailuvirastolle toimittamista asiakirjoista.
37. Lisäksi virasto on laatinut kuulemismuistiot Iittalan ja Iittalan jälleenmyyjien kanssa käydyistä asian selvittämiseen liittyvistä keskusteluista.
38. Tässä jaksossa esitetään Kilpailuviraston näiden asiakirjojen pohjalta laatima kuvaus Iittalan menettelystä eri tuotemerkkien kohdalla. Asiakirjanäytön suuresta määrästä johtuen kuvauksessa on luettavuuden säilyttämisen vuoksi esitetty näyttö vain pääosin. Asiakirjat kokonaisuudessaan on liitetty seuraamusmaksuesitykseen kirjalliseksi näytöksi.
39. Ensin kohdassa 7.1 esitellään määrähintalausekkeen sisältävät tuotekohtaiset jakelutiesopimukset KoKo-, Tris-, Origo-, Teema-, Alvar Aalto-, Muumi-, 24h-, Nero-, Primavera-, Kivi- ja Mariskooli-tuotteista. Tämän jälkeen kohdassa 7.2 esitetään Iittalan laatimista muistioista, sähköpostiviesteistä ja jälleenmyyjille pidetyistä tuote-esittelyistä sekä Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisistä sähköpostiviesteistä koostuva tuotesarjakohtaisesti ryhmitelty kuvaus. Näyttö käsitellään tältä osin keskeisten tuotesarjojen kohdalta yksityiskohtaisesti tapahtumajärjestyksessä, jotta menettelystä muodostuu selkeä kokonaiskuva. Viimeisenä tässä jaksossa kohdassa 7.3 kuvataan miten jälleenmyyjien Iittalan tuotteista järjestämistä tarjouskampanjoista ja niiden ehdoista sovittiin Iittalan ja jälleenmyyjän välillä sähköpostin liitteenä lähetetyn Excel-taulukon välityksellä.

### **7.1 Määrähintalausekkeen sisältävät tuotekohtaiset jakelusopimukset**

40. Iittala käytti valmistamiensa tuotteiden jakelussa sopimusmallia, jossa varsinaisessa yhteistoiminta-/jakelusopimukseksi nimetyssä sopimuksessa on sovittu jälleenmyyntisuhteen yleisistä ehdoista. Tämän sopimuksen lisäksi jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet tuotekohtaisia määrähintalausekkeen sisältäviä sopimuksia.<sup>18</sup>
41. Iittala on menettänyt näin pääasiassa halpamyymälöiden ja erikoisliikkeiden kanssa. Iittalan menettely päivittäistavarakaupan ketjuihin kuuluvien yritysten kohdalla esitetään jäljempänä jaksossa 7.2.
42. Yhteistoiminta- /jakelusopimuksen kohdassa 4.9. on todettu:

”Ostaja pyrkii mahdollisuuksien mukaan noudattamaan toimittajan ilmoittamia suositushintoja.”

---

<sup>18</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä olevissa asiakirjoissa näihin sopimuksiin viitataan nimillä jakelusopimus, jakelutiesopimus tai yhteistoiminta-/jakelusopimuksen tuotekohtainen liite. Kilpailuvirasto viittaa niihin jaksossa 8 ”Kilpailuoikeudellinen arvio” lisäksi termillä ”määrähintasopimus”.

43. Tuotekohtaisissa jakelutiesopimuksissa on kuitenkin nimenomaisesti määrätty tuotteiden alin sallittu vähittäishinta seuraavasti:
- vähittäishinnan tulee olla kulloinkin Iittalan voimassaolevan vähittäismyyntihinnaston mukainen suositushinta, tai
  - vähittäishinta saa alittaa Iittalan voimassaolevan vähittäismyyntihinnaston mukaisen suositushinnan tietyn sopimuksessa määrätyn prosentin verran,
  - lisäksi sopimuksessa määrätään siitä, ovatko kyseisen tuotteen kohdalla tarjouskampanjat sallittuja sekä suurin sallittu kampanja-alennus jälleenmyyjän normaalihinnasta laskettuna että alennuskampanjan enimmäiskesto aika.
44. Nämä määrähintalausekkeet olivat jälleenmyyjäiä sitovia. Jakelutiesopimuksissa määrätään:
- ”Sitoudumme noudattamaan tässä sopimuksessa sovitut asiat. Näiden sopimusehtojen noudattaminen on perusedellytys tuotteiden toimittamiselle.”
45. Määrähintalausekkeen sisältäviä jakelutiesopimuksia on laadittu pääsääntöisesti Iittalan tunnetuimmista tuotteista. Vuosina 2005–2007 sopimuksia on laadittu ainakin seuraavista tuotteista:
- KoKo-tuotteet (2005, 2006 ja 2007)
  - Tris-tuotteet (2006)
  - Origo-tuotteet (2006)
  - Teema-tuotteet (2006 ja 2007)
  - Alvar Aalto –tuotteet (2006 ja 2007)
  - Muumi-tuotteet (2007)
  - 24h-tuotteet (2007)
  - Nero-tuotteet (2007)
  - Marimekko-tuotteet Primavera, Kivi ja Mariskooli (2006) sekä Kivi ja Mariskooli (2007).
46. Seuraavassa esitetään lainauksia vuosien 2005–2007 sopimusteksteistä niiltä kohdilta kun niissä on määrätty alin sallittu vähittäishinta. Vähittäishinnoittelua koskevat sopimusehdot ja sopimuksen sanamuodot vaihtelivat jonkin verran tuotteittain ja vuosittain. Eri vuosien sopimukset on yksilöity sulkeissa olevalla vuosiluvulla.

#### KoKo-tuotteet

”Noudatettava voimassa olevia ohjehintoja. KoKo tuotteiden hinnat rauhoitetaan hintakampanjoinnilta vuoden 2005 ajan.” (2005)

”KoKo uutuuden hinnat ovat jakelukanavissa rauhoitettu 1.3.2006 asti (vuosi lanseerauksesta). 1.3. jälkeen mahdollista kampanjoida (mm. kanta-asiakastarjoukset), max 1kk kestävän kampanjan hintaetu kuluttajalle max -20 %. KoKo HOT uudenlaisen ruoanvalmistussarjan lanseeraus, toimitukset 27.2. alkaen. KoKo HOT on uutuus, ei KoKo HOT hintakampanjointia vuoden 2006 aikana.” (2006)

”KoKo-sarjan hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukainen suositushinta. KoKo-sarja hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. – 25 % kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukaisesta suositushinnasta.” (2006)

”KoKo-sarjan hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj:n hinnaston mukainen suositushinta. KoKo-sarja hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. – 25 % kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj:n hinnaston mukaisesta suositushinnasta. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

#### Tris-tuotteet

”Tris-tuoteperheen hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukainen suositushinta max. - 10%. Tris-tuoteperhe hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. – 25 % myymälän normaalihinnasta, joka on yllä mainitun mukainen.” (2006)

#### Origo-tuotteet

”Origo-sarjan hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukainen suositushinta max +/- 5 %.” (2006)

#### Teema-tuotteet

”Teema-sarjan hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukainen suositushinta max. +/- 10 %. Teema-sarja hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. – 25 % kampan normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen.” (2006)

”Teema-sarjan hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj:n hinnaston mukainen suositushinta max. - 10%. Teema-sarja hinnoitellaan kampanjoinnissa max. - 25 % myymälän normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

#### Alvar Aalto –tuotteet

”Alvar Aalto –kokoelman hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala oy ab:n hinnaston mukainen suositushinta max. - 10%. Alvar Aalto –kokoelma hinnoitellaan kampanjoinnissa max. -20 % kaupan normaalihinnasta.” (2006)

”Alvar Aalto –kokoelman hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj:n hinnaston mukainen suositushinta max. - 10%. Alvar Aalto –kokoelma hinnoitellaan kampanjoinnissa max. -20 % myymälän normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

#### Muumi-tuotteet

”Arabia ja Hackman Muumi-tuotteiden hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj’n hinnaston mukainen suositushinta max -10 %. Arabia ja Hackman Muumi-tuotteet hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. -25 % kaupan normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

#### 24h-tuotteet

”Arabian 24h –tuotteiden hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj:n hinnaston mukainen suositushinta max -10 %. Arabia 24h denim, toffee ja coffee hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. -25 % kaupan normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

#### Nero-tuotteet

”Arabia NERO-tuotteiden hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oyj’n hinnaston mukainen suositushinta max -10 %. Arabia NERO hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. -25 % kaupan normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.”(2007)

Marimekko-tuotteet:

Primavera, Kivi ja Mariskooli

”Sopimuksessa mainittujen tuotteiden hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Oy:n hinnaston mukainen suositushinta max. +/- 5%. Tuotteet hinnoitellaan kampanjoinnissa/toimenpiteissä max. - 20 % kaupan normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Poikkeuksena tästä ovat Primavera -sarjan sesonkivärit, joissa kampanja-alennus voi ylittää -20%.” (2006)

Kivi ja Mariskooli

”Sopimuksessa mainittujen tuotteiden hinta on kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oy:n hinnaston mukainen suositushinta max. - 5%. Tuotteet hinnoitellaan kampanjoinnissa max. - 20 % myymälän normaalihinnasta, joka on yllämainitun mukainen. Kampanjan kesto max. 1kk.” (2007)

47. Edellä yksilöityjä määrähintalausekkeen sisältäviä sopimuksia on vuosina 2005–2007 allekirjoittanut noin 90 Iittalan jälleenmyyjää. Seuraavassa virasto yksilöi tuotteet ja allekirjoituspäivämäärän tai vuoden yrityksittäin:<sup>19</sup>

- Aavasaksan Sähkö Ky: Tris 31.8.2006, Aalto 31.8.2006, KoKo 19.4.2007, 24h 19.4.2007, Muumi 19.4.2007, Aalto 19.4.2007 ja Teema 19.4.2007.
- Alemakasiinit Matti Riikonen Oy: Teema 10.5.2006 ja Tris 12.9.2006.
- Antti Airio Oy: Teema\*<sup>20</sup>, KoKo 20.4.2005, Aalto 29.8.2006, KoKo 16.4.2007, Marimekko 16.4.2007, Nero 21.8.2007 ja Teema\*.
- Art Astia: Teema 31.1.2006, 24h 16.1.2007 ja Muumi 16.1.2007.
- Astialiisa: Muumi 27.2.2007, Teema\*.
- Carlson Oy: KoKo 8.12.2005, Teema 2.2.2006, Tris 16.6.2006, Aalto 16.6.2006, KoKo 14.11.2006, Muumi 14.11.2006 ja 24h 14.11.2006.
- Casadoor Oy: Teema 15.6.2006, Aalto 15.6.2006, KoKo 15.6.2006, Marimekko 15.6.2006, 24h 12.1.2007 ja Muumi 12.1.2007.
- Casawilla Ay: Muumi 12.6.2007, Aalto 12.6.2007 ja Marimekko 12.6.2007.
- Deekoo Store 94 Oy: KoKo 30.4.2007 ja Aalto 30.4.2007.
- Ehrensverd-Seura Oy: Aalto 22.5.2007, Marimekko 22.5.2007 ja Muumi 22.5.2007.
  
- Erkin Halli Oy: Muumi 4.10.2007.
- Eurohamski: Muumi 23.7.2007.
- Fyndet Olivia Ab: KoKo 23.3.2006, Tris 6.7.2006, Teema\*, Origo\*, Aal-

<sup>19</sup> Sopimukset seuraamusmaksuesityksen liitteenä 56.

<sup>20</sup> \* merkityt sopimukset ovat allekirjoitettu, mutta niistä ei ilmene allekirjoituksen ajankohtaa.

- to\* ja Marimekko 8.6.2006.
- Harjavallan Säästöhalli: Muumi 31.5.2007.
  - Heino-Yhtiö Ky: Teema 24.4.2006, KoKo 19.4.2007, Aalto 19.4.2007, Muumi 19.4.2007, 24h 19.4.2007 ja Teema\*.
  - Huittisten Satulinna: KoKo 14.4.2005, KoKo 29.3.2006, Aalto 23.8.2006, Tris 23.8.2006, Teema 16.3.2007, Marimekko 16.3.2007, Aalto 16.3.2007, Muumi 16.3.2007 ja 24h 16.3.2007.
  - Ideacca: Aalto 1.3.2007.
  - Isojoen Postari: Aalto 13.9.2006 ja 15.5.2007, 24h 15.5.2007 ja Muumi 15.5.2007.
  - J. Kärkkäinen Oy: KoKo 23.11.2005, Aalto 21.6.2006, Tris 21.6.2006, Nero 16.8.2007, 24h 19.12.2007 ja Teema 2007.
  - Juvan Rauta ja Maatalous Oy: KoKo 8.12.2005, Teema 19.1.2006, Aalto 28.6.2006 ja Marimekko 19.4.2007.
  
  - Järven Kello ja Kulta Ky: Aalto 17.9.2007.
  - K. Huikka Ky: Teema\*, Aalto 11.8.2006, Marimekko 11.8.2006 ja Tris 11.8.2006, Teema\*, Muumi 16.2.2007.
  - Kello-Kulta Syrjänen: Teema 7.8.2006 ja Aalto 3.7.2007.
  - Kelokasi: Teema 21.3.2007, Aalto 21.3.2007, Nero 21.3.2007, 24h 21.3.2007, Muumi 21.3.2007 ja KoKo 21.3.2007.
  - Kiteen Matkailu Oy: Aalto 26.6.2006.
  - Kodin Peltola Ky Kiuruvesi: Teema 7.2.2006, Aalto 28.6.2006 ja Marimekko 20.9.2006.
  - Kodin Tuulia: KoKo 4.4.2005, Marimekko 11.8.2006, Aalto 11.8.2006, KoKo 11.8.2006, Tris 11.8.2006, 24h 16.2.2007 ja Nero 27.8.2007.
  - Kodinonni: 24h 1.3.2007.
  - Kokkolan Halpa-Halli Oy: Tris 19.6.2006, Aalto 19.6.2006, Teema\*, Muumi 16.1.2007 ja 24h 16.1.2007.
  - Kolinportin Asema Ky: Teema 7.6.2006, KoKo 7.6.2006 ja Aalto 28.6.2006.
  
  - Krookilan Pito & Lounas Ky: Muumi 5.3.2007.
  - Kultasepänläike Rantanen Oy: Aalto 23.4.2007.
  - Lahja & Sisustus Just In: Aalto 23.4.2007, 24h 23.4.2007, KoKo 23.4.2007, Muumi 23.4.2007, KoKo 7.5.2007 ja Teema\*.
  - Lahjapaikka: Marimekko 7.9.2006, Aalto 7.9.2006, Origo 7.9.2006, Tris 7.9.2006 ja Muumi 22.8.2007.
  - Lasi-Koiso Oy: Aalto 19.6.2006, Tris 19.6.2006 ja Nero 24.8.2007.
  - Lasitar: Teema 7.9.2006, Marimekko 22.3.2007, Aalto 22.3.2007, Muumi 11.1.2007 ja 24h 11.1.2007.
  - Laureliini: KoKo 15.8.2006, Teema\*, Aalto 15.8.2006, Tris 15.8.2006, 24h 29.1.2007 ja Muumi 29.1.2007.
  - Leenan Kukka: Nero 29.3.2007, Muumi 29.3.2007, Marimekko 29.3.2007, KoKo 29.3.2007, 24h 29.3.2007, Teema 29.3.2007 ja Aalto



29.3.2007.

- Lempospuoti: Muumi 8.2.2007 ja Marimekko 19.6.2007.
- Lena's Shop: Teema\* ja KoKo 25.7.2007.

- Lysti Kööki & Kamari: Muumi 27.8.2007 ja Marimekko 27.8.2007.
- Länsirannan Tuulihattu Oy: Aalto 27.2.2007.
- Löytötavaratalo: Teema 19.4.2007 ja Muumi 19.4.2007.
- Löytötex Oy: Muumi 5.2.2007.
- Markun kello ja koru: Aalto 7.6.2007.
- Minimani Oy: KoKo 30.11.2005, Teema 15.3.2006, KoKo 15.3.2006, Tris 19.9.2006 ja Aalto 19.9.2006.
- Minimax Ab / Sparhallen: Teema\* ja Muumi 13.3.2007.
- M-Market Savio: Muumi 3.10.2007, Nero 3.10.2007, Aalto 3.10.2007, Teema 3.10.2007, 24h 3.10.2007 ja KoKo 3.10.2007.
- Muovitukku Oy: Aalto\*, Tris 14.6.2006, Teema\*, Muumi 2.3.2007, 24h 2.3.2007 ja Aalto\*.
- Museovirasto: Muumi 4.4.2007.
- Muumimaailma: Muumi 31.5.2007.
- Nordicus Finland: Aalto 27.3.2007 ja Muumi 27.3.2007.
- Oy Kone Wuorio Maskin Ab: Teema\*, KoKo 17.6.2005, Marimekko 16.6.2006, Origo 16.6.2006, Aalto 16.6.2006 ja Tris 16.6.2006.
- Palkisen käsityö: Aalto 9.8.2007, Muumi 9.8.2007 ja Marimekko 9.8.2007.
- Passin kello ja kulta: Marimekko 31.5.2007.
- Piian Puoti: KoKo 28.3.2006, Teema 28.3.2006, Teema\*, KoKo 11.1.2006, Aalto 13.9.2006, Tris 13.9.2006, 24h 30.1.2007 ja Muumi 18.1.2007.
- Pilkkumi: Teema\*, Tris 23.8.2006, Muumi 16.3.2007 ja Aalto 16.3.2007.
- Pispä & yritys Ay Mariska: Aalto 19.4.2007.
- Pohjan Some Oy: Aalto 24.5.2007.
- Porvoon Mikro-Kulma: Teema 12.9.2006, 24h 13.3.2007 ja Muumi 13.3.2007.
- Present Shop: Origo 16.6.2006, Tris 16.6.2006, Aalto 16.6.2006, KoKo 5.7.2006 ja 24h 25.9.2007.
- Pumpulikukka: Aalto 23.4.2007 ja KoKo 23.4.2007.
- Puulan Optiikka ja Kello Oy: Aalto 1.6.2006 ja Muumi 1.2.2007.
- Q Mode Oy: Origo 13.9.2006, Teema 13.9.2006, Marimekko 13.9.2006, KoKo 13.9.2006, Aalto 13.9.2006 ja Tris 13.9.2006.
- Riihimäen Säästö-Karit Oy: Teema 15.3.2006 ja Muumi 4.10.2007.
- Sepon Halpahalli: Teema 15.3.2006, KoKo 15.3.2006, Aalto 12.9.2006, Tris 12.9.2006, Muumi 24.1.2007 ja 24h 24.1.2007.
- Sisustus In: Marimekko 3.4.2007 ja Aalto 3.4.2007.
- Sotkamon Keskusliike Oy: Teema 29.3.2006, Aalto 25.8.2006, Tris

- 25.8.2006, 24h 2.1.2007 ja Muumi 2.1.2007.
- Sparmarket Jouko Ranua Oy: KoKo 4.5.2006, Teema\*, 24h 28.5.2007, Muumi 28.5.2007, Marimekko 28.5.2007, Aalto 22.5.2007 ja Teema\*.
  - Sähkö-Pallo: KoKo 20.4.2005, Aalto 2.4.2007, Marimekko 2.4.2007, Muumi 2.4.2007, 24h 2.4.2007 ja Teema\*.
  - Säästökuoppa: Teema\*, Muumi 16.2.2007, 24h 16.2.2007 ja Teema\*.
  - Säästökupsa Ky Kitee: KoKo 8.12.2005, Teema 26.1.2006, Tris 26.6.2006, Marimekko 26.6.2006 ja Aalto 26.6.2006.
  - Säästöporssi: KoKo 16.3.2006, Teema 16.3.2006, Aalto 21.8.2006, Origo 21.8.2006, 24h 2.2.2007 ja Muumi 2.2.2007.
  - Säästösalit: Muumi 13.3.2007.
  - Säästötalo Latvala: Aalto 4.9.2006, Teema\*, KoKo 20.9.2007, Teema\*, Muumi 31.1.2007 ja 24h 31.1.2007.
  - Tampereen Säästötex: Aalto 14.8.2006, Tris 14.8.2006, Teema\*, 24h 12.2.2007, Muumi 12.2.2007, Nero 20.8.2007 ja Teema\*.
  - Tavaratalo Hyvätuuri Oy: Teema\*, Muumi 2.2.2007, 24h 2.2.2007 ja Teema\*.
  - Tavaratalo Lehtinen: Tris 8.8.2006, Aalto 8.8.2006, 24h 24.1.2007 ja Muumi 24.1.2007.
  - Tavaratalo Talas: Muumi 24.1.2007, Aalto 24.1.2007, 24h 24.1.2007 ja Marimekko 24.1.2007.
  - Tehtaan Hintavaltti Oy: Marimekko 21.6.2006 ja Aalto 21.6.2006.
  - Tokmanni Oy: KoKo 4.11.2005, Teema 14.3.2006 ja Aalto 14.6.2006.
  - Ultima Jewelry Oy: Aalto 25.7.2007.
  - Unanimous: Teema\*.
  - Unique Design Finland Oy: Muumi 26.3.2007, KoKo 26.3.2007, Aalto 26.3.2007 ja Marimekko 26.3.2007.
  - V. Siltala Oy: Teema 20.6.2006 ja Muumi 1.2.2007.
  - Veljekset Keskinen: KoKo 15.3.2006, KoKo 21.12.2006, Aalto 15.6.2006, Tris 15.6.2006, 24h 1.3.2007 ja Muumi 1.3.2007.
  - Viialan Säästöhalli Oy: Teema 11.5.2007.
48. Iittala toimitti 7.3.2008 Kilpailuvirastolle kommentoitavaksi käyttöön ottamansa uudistetun jakelutiesopimusmallin.<sup>21</sup> Tuotekohtaiset jakelutiesopimukset koskivat KoKo-, Teema-, Aalto-, Muumi- ja 24h-tuotteita. Sopimuksissa todetaan

”[ ... ] tuotteiden hinnaksi suositellaan kulloinkin voimassaolevan Iittala Group Oy Ab:n hinnaston mukaista suositushintaa.

Kampanjoinnissa/toimenpiteissä [ ... ] tuotteet suositellaan hinnoiteltavan vallitsevan käytännön mukaisesti.”

---

<sup>21</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 18.

## 7.2 Seuraamusmaksuesityksen liitteenä olevat sähköpostit, muistiot ja tuote-esittelyt

49. Iittalan ja sen jälleenmyyjien välinen Iittalan tuotteiden vähimmäishintoihin liittyvä menettely ilmenee edellisessä jaksossa esiteltyjen sopimusten lisäksi muun muassa
- Iittalan sisäisistä kokouksista laadituista muistioista,
  - Iittalan jälleenmyyjilleen pitämistä tuote-esittelyistä,
  - Iittalan sisäisistä sähköpostiviesteistä ja
  - Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisistä sähköpostiviesteistä.
50. Tässä jaksossa esitetty näyttö koskee suurelta osin Iittalan menettelyä päivittäistavarakaupan ketjuihin kuuluvien tavaratalojen ja markettymyymälöiden osalta. Iittala on toimittanut laatimiaan tuotekohtaisia määrahintalausekkeen sisältäviä sopimuksia myös näille yrityksille, mutta kyseiset yritykset eivät ole allekirjoittaneet niitä.
51. Seuraavassa esitettävät lainaukset ovat Iittalan palveluksessa olevien henkilöiden välisistä sekä heidän Iittalan jälleenmyyjien kanssa käymistä sähköpostikirjeenvaihdoista. Näissä lainauksissa on yksilöity sähköpostien päivämäärät. Sähköpostien lähettäjä ja vastaanottaja tiedoista on jälleenmyyjien kohdalla mainittu yritys ja Iittalan kohdalla henkilön työtehtävä. Silloin kun sähköposti on lähetetty suurelle joukolle Iittalan myynti- ja markkinointiorganisaatioon kuuluvaa henkilökuntaa vastaanottajia ei ole kuitenkaan lueteltu tyhjentävästi. Lisäksi lainauksia esitetään Iittalan sisäisistä esityksistä, kotimaan myynnin johtoryhmän kokouksen pöytäkirjoista, Iittalan jälleenmyyjensä ulosmyyntihinnoista laatimista hintavertailuista, kotimaan vähittäiskaupan jaksoarvioinneista sekä muistioista, joita on laadittu muun muassa jälleenmyyjien luona tehdyistä asiakaskäynneistä, vähittäiskaupan myyntiryhmän kokouksista ja yksikköpäivistä.
52. Iittalan kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaava johtaja kuului Iittalan johtoryhmään. Hänelle raportoi avainasiakaspäällikköjen ja piiripäällikköjen esimiehenä toimiva kotimaan myyntipäällikkö.<sup>22</sup> Avainasiakaspäälliköt vastasivat tietyn tavaramerkin myynnistä ketjuasiakkaille ja piiripäälliköt puolestaan tuotteiden myynnistä erikoisliikkeille ja halpamyymälöille tietyllä maantieteellisellä alueella.<sup>23</sup> Lisäksi Iittalan omilla vähittäismyymälöillä, BtoB-myynnillä, postimyynnillä ja verkkokaupalla oli omat vastuuhenkilöt. Myös Iittalan markkinointijohtaja, jonka alaisuudessa työskenteli kunkin tavaramerkin markkinointipäällikkö, raportoi Iittalan kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle. Asiakirjoissa esiintyvän Iittalan kotimaan myynnin johtoryhmän muodostivat kotimaan myynnistä

<sup>22</sup> Kotimaan myyntipäällikkö esiintyy asiakirjanäytössä myös nimikkeellä vähittäiskaupan myyntipäällikkö.

<sup>23</sup> Avainasiakaspäälliköt esiintyvät asiakirjanäytössä myös nimikkeillä Key Account Manager ja KAM.

ja markkinoinnista vastaava johtaja, kotimaan myyntipäällikkö, markkinoitijohtaja ja joukko muita Iittalan vähittäismyynnistä vastaavia päälliköitä. Osin samat henkilöt ja näiden lisäksi avainasiakaspäälliköt ja piiripäälliköt osallistuivat asiakirjoissa esiintyviin VK-suunnittelupalaveriin. VK-suunnittelupalaveri esiintyy joissakin asiakirjoissa nimellä Retail & Shops suunnittelupalaveri.<sup>24</sup>

53. Lainaukset ovat suoria siteerauksia esityksen liitteenä olevista asiakirjoista, mukaan lukien tekstissä olevat tummennukset ja suurella kirjoitetut kohdat. Sen sijaan lainauksista on jätetty pois seuraamusmaksuesityksen kohteena olevan asian kannalta epärelevantit kohdat.<sup>25</sup>
54. Esitysteknisistä syistä seuraamusmaksuesityksen tässä jaksossa lainaukset ovat ryhmitelty tuotteittain järjestyksessä KoKo-tuotteet, Teema-tuotteet, Alvar Aalto -tuotteet, Muumi-tuotteet, 24h-tuotteet ja Kivi-tuotteet sekä Mariskooli. Iittala on laatinut kyseisistä tuotteista alimman sallitun vähittäishinnan sisältävät jakelutiesopimukset. Näiden jälkeen on esitelty yhdistettynä muita tuotteita koskevia lainauksia. Myös osasta näistä tuotteista Iittala on laatinut määrähintalausekkeen sisältäviä sopimuksia.

#### 7.2.1 KoKo-tuotteet

55. KoKo-tuotesarjan kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vuosina 2005–2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päiväykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Iittala laati KoKo-tuotesarjasta määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vielä vuodelle 2008.
56. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely KoKo-tuotesarjan osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjäin, jotka eivät ole allekirjoittaneet varsinaista määrähintalausekkeen sisältävää sopimusta.
57. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 27.1.<sup>26</sup> päivätyssä pöytäkirjassa todetaan kohdassa ”Jakelutiemäärittysten pelisäännöt” KoKo-tuotesarjan sovittuun hintatasoon sitoutumisesta:<sup>27</sup>

”Tapaus KoKo täytyy selvittää, ja ottaa opiksi tehdyistä virheistä. Nykyinen tilanne KoKon kanssa on, että syksyllä KoKo laajenee

<sup>24</sup> Kilpailuvirasto on laatinut seuraamusmaksuesityksen liitteeksi tarkemman selvityksen asiakirjanäytössä esiintyvistä henkilöistä, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 247.

<sup>25</sup> Pois jätetyt kohdat ovat merkitty [ ... ].

<sup>26</sup> Muistiosta puuttuu päivämäärän kohdalta vuosiluku, mutta virasto katsoo vuosiluvun olevan 2005.

<sup>27</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 57.

hypermarketteihin, ehtona, että he ottavat koko valikoiman, sekä sitoutuvat pitämään sovitun hintatason. Vuoden 2006 alusta myynti laajenee villeille samoilla ehdoilla. Jokaisen asiakkaan kanssa tehdään jakelutiesopimus.”

58. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.5.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan otsikon ”Arabia KoKon hinnoitteluperiaate v. 2006” kohdalla:<sup>28</sup>
- ”- KoKo myydään hypereille ja villeille normaalilla hinnalla, asiakas sitoutuu suositushintojen mukaiseen hinnoitteluun.  
- Kampanjointia ei tehdä ennen maaliskuuta 2006.  
- Kampanja-alennus asiakkaille on max. -5%.  
- Kampanja-alennus kuluttajalle max. -20%,  
- Ei rajuja hintakampanjoita”
59. Iittalan laatimassa ”KoKo – kokoa vapaasti” otsikoidussa asiakirjassa todetaan:<sup>29</sup>
- ”Noudatettava ohjehintoja. KoKo hinnat rauhoitetaan hintakampanjoinnilta vuoden 2005 aikana”
60. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 27.5.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Arabian osalta KoKo-sarjan jakeluratkaisusta:<sup>30</sup>
- ”Jakelutiesopimus hintatason pitämiseksi (tulee laajaan jakeluun).”
61. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 20.6.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Arabian KoKo MAT -sarjan jakelun ja vähittäishinnoittelun osalta:<sup>31</sup>
- ”- Heti laajaan jakeluun. Vaaditaan sitoutumista koko KoKo MAT valikoimaan sekä tiettyyn KoKo valikoimaan, sekä tiettyyn hintatasoon.  
- 1.3.-31.8.06 ”lanseerausaika”, jolloin ei anneta alennuksia eikä tuotteita kanta-asiakastarjouksiin.”
62. Iittalan laatimassa 8.8.2005 päivätyssä ”KoKoHoT” - esitteessä todetaan mm.:<sup>32</sup>

---

<sup>28</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 58.

<sup>29</sup> Iittalan laatima asiakirja oli S-ryhmän viraston 11.5.2007 tekemään selvityspyyntöön 22.5.2007 toimittaman vastauksen liitteenä kohdassa 3.1. S-ryhmän vastaus on seuraamusmaksuesityksen liitteenä 13.

<sup>30</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 59.

<sup>31</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 60.

"KoKon hinnat rauhoitetaan hintakampanjoinnilta vuoden 2006 ajaksi."

63. Iittalan laatimassa 6.9.2005 päivätyssä KoKoHoT –sarjan ”kevät 2006 Lanseeraukset ja markkinointitoimenpiteet” Power Point –esityksessä todetaan:<sup>33</sup>
- ”- Sama jakelu- ja hintastrategia kuin KoKo
  - KoKoHoT toimitetaan laajaan jakeluun tietyin edellytyksin
  - Sitoutuminen koko KoKoHoT –valikoimaan. Vahva yhtenäisen konsepti
  - Noudatetaan suositushintoja – Ei hintakampanjointia 1 vuosi eteenpäin
  - [ ... ]
  - 1.3 lähtien hintakampanjointia sovittujen rajojen puitteissa (kanta-asiakastarjoukset jms.)
  - [..]
  - Pidetään suositushinta kautta linjan”
64. Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön 27.9.2005 S-ryhmälle lähettämässä sähköpostiviestissä todetaan KoKo-sarjan hinnoittelusääntöjen osalta:<sup>34</sup>
- ”Tässä vkon 15 sanomalehti-ilmoa varten tarjous KoKosta extralla [poistettu liikesalaisuutena].  
KoKon hinta vapautuu kampanjoinnille vasta 1.3.2006 alkaen vastakunnallisesti ja siitä ei tehdä vuoden 2006 aikana yli 1kk mitaisia kampanjoita ja olemme sopineet, että KoKo max hintaetu vuoden 2006 aikana kampanjoissa kuluttajalle -10-20% iittala oy suositushinnoista.  
Kannattaa ottaa vuoden 2006 aikana sarjan uutuusarvosta kate ja hyöty irti. Huhtikuun aikana kampanja tarjouksen mukaan mahdollinen ja ok.
- Kuitenkin KoKo HOT, joka lähtee toimituksiin 27.2. hinta rauhoitetaan vuoden 2006 ajaksi, kuten juttelimmekin, kokonaan.”
65. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 30.9.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan:<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama Iittalan laatima asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 61.

<sup>33</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 62.

<sup>34</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 63.

<sup>35</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 64.

”- KoKo eri herättänyt erityisen suurta kiinnostusta, jakelutiesopimuksia ei tehty. Kokkolan Halpahalli ainut villoista, joka on tuossa KoKon jälleenmyyjäksi 2.1.06.  
- Susanna käy läpi juristin kanssa mitä jakelutiesopimuksessa voidaan vaatia hintatason pitämisestä.”

66. Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön laatimassa 26.10.2005 päivätyssä ”KoKo HoT uusi moderni uuniastiasarja” otsikoidussa Power Point –esityksessä todetaan jakelu- ja hintastrategiaan liittyen:<sup>36</sup>

”Sama jakelu- ja hintastrategia kuin KoKo  
KoKoHoT toimitetaan laajaan jakeluun tietyn edellytyksin:  
- Sitoutuminen koko KoKoHoT-valikoimaan. Vahva yhtenäinen konsepti  
- Noudatetaan suositushintoja - Ei hintakampanjointia vuoden 2006 aikana”

67. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 24.11.2005 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä usealle avainasiakaspäällikölle todetaan myynnistä halpahalleille seuraavaa:<sup>37</sup>

”Juttelin pitkään Sirpan kanssa torstaina liittyen meidän tuotteitamme myyntiin halpahalleille. Sirpalla on ollut todella rankkaa mm. Kärkkäisen kanssa – he eivät millään ymmärrä miksi me emme myy heille tiettyjä tuotteita mm. Tris. Vastaukseksi ei riittä se, että olemme tehneet päätöksen siitä, että tämän tuotteen jakelu on tämä... Trisin osalta ymmärrystä ei tahdo millään löytyä kun kuitenkin olemme myyneet tuotteen marketeille. Kiven osalta voimme ”ratsastaa” Marimekolla mutta Trisin osalta asiakkaat kokevat meidän vain valitsevan ja kastittavan asiakkaita. Sirpan mukaan asiakkaat (mm. Kärkkäinen ja Kokkolan Halpahalli) ovat erittäin huolissaan ja näreissään siitä, että he eivät saa tiettyjä tuotteita myyntiin vaikka sitoutuisivat meidän edellyttämään hintatasoon. He eivät mitenkään myöskään ymmärrä millä oikeudella me tulemme heidän revierilleen liittyen hinnoitteluun. Kärkkäinen on nyt kuitenkin tehnyt (allekirjoittanut) sekä KoKosta että Teemasta jakelutiesopimukset ja he ovat lähdössä Teemassa toimomaamme hinnoitteluun ja myös KoKossa he sitoutuvat hintatasoon – tämä on mielestäni erittäin iso saavutus ottaen huomioon sen, että Kärkkäinen perinteisesti häiriköi hinnoittelullaan.

---

<sup>36</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama Iittalan laatima asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 65.

<sup>37</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 66.

Sirpa kertoi myös mm. Kärkkäisen olevan erittäin skeptinen siitä, että mitkä ovat meidän eväämme silloin, jos joku asiakas olkoon Prisma tai jokin villi rävyttää Teeman hinnan kanssa - lopetam- meko toimitukset? Vai miten toimimme? Tähän meillä olisi syytä olla vedenpitävä vastaus, sillä he eivät millään tahdo uskoa, että todella sanomme esim. Prismalle, että nyt ovat Teeman toimituk- set loppu.”

68. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 5.12.2005 Arabia-tavaramerkistä vas- taavalta avainasiakaspäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja usealle Iittalan kentällä toimivalle myyjälle todetaan kampanjahinnoittelusta seu- raavaa:<sup>38</sup>

”KoKo espressosetti on Stockan joulumagalogissa hinnoiteltu 23,90 eur, suositushintamme on 29,90 eur. Kodin1 on eilisessä lehti-ilmoittelussa Stockan hinnoittelun vuoksi muuttanut suosi- tushinnan samaan 23,90 eur joulukuun asti.

Tarkistin asian Pirjolta mitä hän on tavaratalojen kanssa asiasta ennen kesälomia sopinut:

Pirjo on Piccolo ja Presso kampanjapakkaustuotteisiin antanut kaikille asiakkaille kampanjaextran, sillä muuten tuote ei ilmeisesti olisi päässyt Stockan magalogiin mukaan. Kuitenkin Kodin 1:n ja Anttilan sekä Sokoksen kanssa on puhe ollut, että suositushinta suositellaan tässäkin tuotteessa pidettäväksi.

Tilanne on nyt kuitenkin se, että kun yksi on lähtenyt kampan- joimaan tuotetta, muut tulevat perässä ja teiltä varmaan kysytään asiasta. Espressosetti on erikoiskampanjatuote vuoden loppuun asti. Muissa KoKo osissa pitää pitää kiinni suositushintatasosta ennen 1.3.2006 avautuvaa kampanjointimahdollisuutta. 1.3.2006 alkaen KoKoa voidaan sarjana kampanjoida kantiksissa, max 1 kk kerrallaan ja etu kuluttajalle max 20 % suositushinnasta.”

69. Sähköpostiviestissä 13.3.2006 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasia- kaspäälliköltä S-ryhmälle todetaan Sokoksen kampanjoista seuraavaa:<sup>39</sup>

”... tässä Arabian osalta vahvistukset, täytin ne liitteen tauluk- koon myös:

SOKOSEDUT  
- Apila ok heinäkuu

<sup>38</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 67.

<sup>39</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 68.



- KoKo ok elokuu, mutta KoKo uudet värit (lila + petrol) toimitukset 1.8. -> TOIVON, ETTÄ UUTUUSVÄRIT MUKANA UUTUUSARVOLLA JA NORMAALIHINNALLA JA MUU KoKo SARJA -20% SOKOSETU. KUVASTOSSA NORMAALIHINTAISET UUTUUSVÄRIT SAAVAT HIENOA NÄKYVYYTTÄ JA UUTUUKSISTA OLLAAN VALMIITA MAKSAMAAN. VAHVISTATTEKO VIELÄ ONKO KoKo OK NÄIN?

Muuten siirtäisin KoKo sokosetua hieman myöhemmäksi loppuvuoteen kokonaisuudessaan.

[ ... ]

#### JOULUKUVASTO

- Muumi talvi/joulumuki ok

- Nero ok UUTUUS, NORMAALIHINTA KULUTTAJALLE

3+1

- Ei KoKo sarjaa vielä muihin kuin sokosetu kampanjoihin, max 20% kuluttajaetu.”

70. Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön ja Keskon välisissä KoKo-sarjan suositushintojen noudattamista koskevissa sähköpostiviesteissä Iittalan avainasiakaspäällikkö kirjoittaa 18.4.2006:<sup>40</sup>

”Palaisin tässä vielä asiaan, josta jo Lindan kanssa juttelinkin eli meidän kentältä on tullut toiveita parin ketjun palautteen perusteella, että olisiko mahdollista muuttaa KoKo-sarjan Kodin 1 hinnat vuoden 2006 suositushinnoiksi? Kaikki muut asiakkaamme noudattavat suositushintoja KoKo sarjan kohdalla ja ovat hyvin tarkkoja hintatasossa pysymisestä.

Vaikka tiedän, että hinnat teillä eivät poikkeaa suuresti suositushintatasosta, olisi hienoa, jos voisitte hinnat korjata. Näin palvelemme kaikki yhdessä yhdenmukaisella tavalla kuluttajia.”

Johon Kesko vastaa 18.4.2006:

”Juttelin Koko:n hinnoista Jaanan kanssa ja muutamme ne kesäkuun alusta alkaen. Toivottavasti tämä on ok?”

Tähän Iittala vastaa 2.5.2006:

---

<sup>40</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 69.

”Hienoa, että saatte hinnat muutettua, mutta toivoisin vielä, että se olisi mahdollista jo toukokuun aikana? Viimeksi perjantaina sain tästä asiasta taas kentän kautta pyyntöä eli nyt tämä asia herättää ihmetystä kentällä ja meille tulee jatkuvasti kysymyksiä muilta asiakkailta edelleen, kun suositushinnat on yhteisesti sovittu pidettävän. Toivomme siis, että tämän keskustelun vuoksi voisitte muuttaa hinnat suositushinnoiksi jo toukokuussa.”

Johon Kesko 2.5.2006 edelleen:

”Olemme aikaisemmin sopineet, että nostamme hinnat 1.6. alkaen. Nyt työ on jo tehty järjestelmäämme sille päivälle. Sekaannusten välttämiseksi emme haluaisi asiaa muuttaa. Hinnat muuttuvat siis 1.6. alkaen. Muuten, olemmeko todella sopineet tämän KoKo sarjan osalta, että pidättäydymme suositushinnoissa myös ensimmäisen vuoden jälkeen? Toki näin toimitaan kun olemme nyt tekemässä, mutta eikö meillä ole tässä mahdollisuutta pitää suositushintaa ohjeellisena?”

Tähän Iittala vastaa edelleen 2.5.2006:

”Olemme sopineet kaikkien asiakkaiden kanssa, että suositushintoja noudatetaan jatkossakin KoKon osalta ja tästä toivon, että voimme pitää kiinni. Olen Lindan kanssa jutellut tästä suullisesti, huomasiin, että tarjouksessani ei tästä ole erikseen mainittu syksyn osalta, mutta näin on muidenkin asiakkaiden kanssa sovittu. Olemme KoKon osalta tehneet jakelusopimuksen laajan jakelun alkaessa 1.8.2005. Tällä suositushinnan noudattamisella varmistamme, että laajassa jakelussa myös mahdolliset suoraan ostavat asiakkaamme pitävät saman hintatason ja kaikki saavat hyvän katteen. KoKohan myy hienosti ja kampanjointimahdollisuus mahdollistaa ketjukohtaiset kampanjat.”

71. Iittalan laatimassa 31.5.2006 päivätyssä ”SYYSKUU KoKo - Shoppaa vapaasti - media- ja myymäläkampanja” otsikoidussa Power Point –esityksessä todetaan seuraavaa:<sup>41</sup>

"KoKon hinnoittelu- ja jakelustrategia jatkuu samana kuin tähän asti, tämä tarkoittaa että  
- Jälleenmyyjät sitoutuvat pitämään valikoimissaan sarjan kaikki osat  
- Hintataso pidetään suositushinnoissa ja kampanjatoimenpiteet kestävät max. 1kk, kampanja-ale max 25%. Kampanjan jälkeen hinnat nostetaan takaisin suositushinnoiksi."

---

<sup>41</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama Iittalan laatima asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 70.

72. S-ryhmän tuoteryhmäpäällikön 30.6.2006 lähettämässä Prisman sisäisessä tiedotteessa KoKo-sarjan myyntihintoja koskien todetaan:<sup>42</sup>

"Koko-sarjan mukien ja annoskulhojen hinnat muuttuvat 22.8 ja palaavat taas ennalleen 3.10. Tuotteet ovat kuvastossa 35. Prisma-ketjun intresseissä olisi tietenkin pitää tasaisen edullista hintaa koko ajan, mutta näissä on nyt elettävä tilanteen mukaan."

73. Iittalan Anttilassa 26.10.2006 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan jakelusopimuksista:<sup>43</sup>

"Käytiin läpi kaikki kolme ja Linda jo hinnoitellut 2007 hinnat näiden rajoissa, Linda käy vielä läpi Jaanan kanssa ja palataan tarvittaessa.

Muumi mukin hinta 2007: 14 eur (kampanjahinta 10,50) ja kulho 18 eur (kampanjahinta 13,50) HUOM! Sovittiin, että 19 cm lautasten hinta (poistuvat 2007) voi olla sama kuin ennen, ei tarvitse nostaa jakelutiesopimuksen mukaiseksi, sovitaan tästä myös muiden asiakkaiden kanssa.

KoKo hintaa ei haluttaisi muuttaa joka vuosi (työlästä) suositus-hinnoiksi kun on sentintarkkuudella tehtäviä muutoksia, mutta sovittiin, että pyritään noudattamaan yhteistä sopimusta ja nostamaan KoKO hinta heti alejen jälkeen suositusmyyntihintatasolle 2007. Linda sopii vielä Jaanan kanssa."

74. Iittalan Ruokakeskossa 15.11.<sup>44</sup> tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan:<sup>45</sup>

"Huhtikuu

- Mammutit: päivitä erä Arabia mukeja tarjous, mukaan KoKo?

→ TARKISTA JA PÄIVITÄ TARJOUS

HUOM. TARJOTAANKO KOKO, JOS HINTAA EI

PIDETÄ? MIETP"

Asiakirjaan on lisätty käsin "ei KoKo mukeja" ja sanat "mukaan KoKo" on vedetty yli.

75. Sähköpostiviestissä 2.10.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä S-ryhmälle ja Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle kommentoidaan Muumin ja KoKon hinnoittelua seuraavasti:<sup>46</sup>

<sup>42</sup> S-ryhmän 19.5.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 71.

<sup>43</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 72.

<sup>44</sup> Asiakirjasta puuttuu päivämääräkohdalta vuosiluku, mutta virasto katsoo vuosiluvun olevan 2006.

<sup>45</sup> Asiakirja löytyi viraston tekemällä tarkastuksella Arabia-tavaramerkin avainasiakaspäällikön työpisteestä, näin ollen voidaan olettaa käsin tehtyjen merkintöjen olevan hänen. Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 73.

”Palaisin vielä Muumi ja KoKo hinnoitteluunne myymälöissä. Kuten toukokuussa kirjoitin, olemme päässeet yhteisymmärrykseen Vaasa, Pietarsaari, Kokkola alueella toimivan kilpailijanne kanssa hinnoitteluasioissa. Tämän vuoksi olisin mielelläni toivonut myös teidän tarkistavan hinnoittelua Muumissa ja KoKossa. Edelleen hyllyhintanne on Muumi mukissa 10,90 (ovh 14,90) ja KoKo muki 9,60 (ovh 10,50).

Palaathan Eeva tähän. Keskustelisin mielelläni asiasta kanssasi.”

Viestin perään oli liitetty jo aiemmin 23.5.2007 samoille henkilöille lähetetty viesti:

”Olemme päässeet yhteisymmärrykseen Vaasa, Pietarsaari, Kokkola alueella toimivan kilpailijanne kanssa hinnoitteluasioissa. Piiripäällikkömme vastaa kyseisestä asiakkuudesta, ja tilanne kentällä on jo korjaantunut näissä asioissa.

Halusin kertoa tämän teille sen vuoksi, jotta voitte informoida ko alueella olevia myymälöitä. Näin ollen, voinko olettaa, että Muumi ja KoKo tuotteiden hinnat päivittyvät toivotulle tasolle myös teidän myymälöissänne?”

## 7.2.2 Teema-tuotteet

76. Teema-tuotesarjan kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vuosina 2006 ja 2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päiväykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Iittala laati Teema-tuotesarjasta määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vielä vuodelle 2008.
77. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely Teema-tuotteiden osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjiin, jotka eivät allekirjoittaneet varsinaista määrähintaehdon sisältävää sopimusta.
78. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelupalaverin 23.3.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Teema-sarjan osalta:<sup>47</sup>

”- Piiripäälliköiltä tulee maaliskuun loppuun mennessä hintakartoitus tämän hetken tilanteesta Teema hinnoittelun osalta.  
- Saatua hintatietoa kannattaa verrata myös tehtaanmyymälöiden

<sup>46</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 74.

<sup>47</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 75.

hinnoitteluun (II-laatu).

- Uudistetun Teeman hinta- taulukko lähetetään vk- suunnittelukokouksen osallistujille, muutosehdotukset Christelille.

- Nyt kannattaa hyödyntää mahdollisuus saada Teeman hinnoittelu terveelle pohjalle!

- Seuraavassa vk-kokouksessa tehdään päätös, siirretäänkö Teema 1.1.2006 irtomyyntiin! Samaan kokoukseen myös määrät ja hinnat/ ketju, paljonko Teemaan on myyty! Päätetään myös jakelutiesopimuksesta ja hinnoittelusta.”

79. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.4.2005 päivätyssä pöytäkirjassa kohdassa ”Teema” todetaan:<sup>48</sup>

”KoKon suhteen jakelutiesopimus on ollut oikeutettu, kun kysymyksessä on ollut uusi sarja. Teeman osalta jakelutiesopimus valvoisi vain hintatasoa, ei jakelua. Teemasta ei tehdä jakelutiesopimusta.”

80. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.5.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Teema-sarjan hinnoittelun osalta:<sup>49</sup>

”- Ei jakelutiesopimusta Teemalle

- Nykyinen Teema myynnin jälkeenjääneisyys voi olla seurausta jo nyt toteutetusta tiukemmasta Teema hinnoittelusta meiltä jälleenmyyjiin päin.

- Pitäisi määrittellä hintahaitari, mikä olisi meidän tavoiteltava. Pelisäännöt kerrotaan kausareissa.

- Volyymi ei saa laskea, mutta hintataso pitää saada terveemmälle tasolle -> yhtälö on sellaisenaan mahdotonta toteuttaa.

- Uudistumisen jälkeen pitäisi pyhittää joku jakso, jolloin ei hintatoimenpiteitä sallittaisi.

[ ... ]

- Seuraavassa palaverissa sovitaan, miten edetään hinnoittelun kanssa/kanava&asiakas. Myynti valmistautuu tähän. Sovitaan myös sallittu hintahaitari.”

81. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 20.6.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Teeman hinnoittelun osalta:<sup>50</sup>

”- Hintauudistus vuodenvaihteessa samalla kun siirrytään irtomyyntiin.

<sup>48</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 76.

<sup>49</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 58.

<sup>50</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 60.

- Villit ja Prisma pahimmat hintojen polkijat.
- Maksimialennus asiakkaalle -10%, kuluttajalle -20% kanta-asiakaskampanjoissa.
- Asiakas saa myyntiin Teeman uudet värit ja osat sillä ehdolla, että sitoutuu pitämään hintatason.
- Mahdollisimman selkeät ja yksinkertaiset pelisäännöt, sitten harkitaan tarvitaanko jakelutiesopimusta. Christel esittää ehdotuksen seuraavassa kokouksessa.
- Kanta-asiakaskampanjat sallittuja heti,
- Rajuissa hintakampanjoissa vuoden rauhoitusaika.
- Kampanjan maksimipituus 1 kk.”

82. Iittalan laatimassa Power Point –esityksessä todetaan otsikolla ”Vuosi 2006” Teeman kuluttajahinnoista seuraavaa:<sup>51</sup>

”Historian havinaa

- kunnianhimoinen jakelun laajentaminen ”hinnalla millä hyvänsä”

- hurjia kampanjoita liian paljon

- kaiken kansan astiasto

Siitä seurasi

- Teeman katetaso liian alhainen niin keskusliikkeillä kuin iittala oy ab’lla

- hurja hintakilpailu ”kuka myy edullisimmin”

- kiukkuisia asiakkaita, närkästyneitä kuluttajia

Kuluttajan hintamielikuva perustuu pakkaushintoihin

- siirryttäessä nyt irtomyyntiin tuotteet tuntuvat jatkossa edullisemmilta

- ostokynnys tulee siis madaltuman

Nyt on aika korjata Teeman hintataso!

Sitä emme voi tehdä yksin, vaan toteutamme sen yhteistyössä teidän kanssanne.

Teeman uudistuksen myötä toivomme, että Teeman suositushintoja seurataan.

- myymälän normaalihinta voi olla enintään 10 % suositushintaa alhaisempi

Teemaa tullaan kampanjoimaan jatkossakin kuten tähän asti

- kampanjan kesto saa olla enintään 1 kk, jonka jälkeen hinta tulee palauttaa myymälän normaalihintaan

- POIKKEUS lanseerausvuoden aikana Teemaa rauhoitetaan rajuilta hintakampanjoilta

Pelisäännöt ovat kaikille samat, joten Teema tulee siis jatkossa olemaan teille kannattava tuoteperhe!

---

<sup>51</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama Iittalan laatima asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 77.

molemmille osapuolille parempi tuotto / win-win

pkt -> kpl

- hintamielikuva muuttuu -> yksikköhinta edullisempi

- vaikea verrata hintoja aikaisempaan

- ostokynnys matalampi

- näyttävämmät hyllyesillepanot

- houkuttelevammat, kiinnostavammat -> helppo käsiteltävyys, yhdisteltävyys myymälässä

- tekee ostamisen helpommaksi

- heräteostosten määrä nousee

- volyyymi nousee vrt. mukit

KoKo, Primavera, Origo – hintataso kaikilla sama = toimii hyvin ja kaikki voittavat

[...]

Jakelutiesopimus”

83. Iittalan Prismassa 20.9.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teeman hinnoittelun osalta:<sup>52</sup>

”- Pääosa palaverista keskityttiin mm. Teeman uudistukseen ja

HINNOITTELUUN

- HINNOITTELU

- Prisman huolenaihe pyörii täysin sen ympärillä kykenemmekö vakuuttamaan villit hintamuutoksesta ja pitämään hintataso valtakunnassa toivotulla tasolla – tähän voimme ainoastaan sanoa, että meidän pitää pystyä luottamaan toinen toistemme sanaan ja vahvasti uskoa Teeman menestykseen ilman hintasotaa

- Prisman reaktiot oli mitäänsanomattomat eli heidän kommentteista emme saaneet mitään irti = ei vastareaktiota, mutta ei myöskään suoraan suostumusta, MUTTA myös heidän mielestä tämä muutos hinnoittelussa on tervetullutta.

- Kävimme läpi historiaa miksi tähän on ajauduttu, kävimme läpi tulevaa mihin pyrimme, käsitelimme hinta-argumentit ja todennäköisesti asiakkaalla ei ollut sanoja vastustaa hintamuutosta.”

84. Iittalan Stockmannissa 22.9.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teeman uudistuksen osalta:<sup>53</sup>

”- [poistettu liikesalaisuutena]

- Marja tiukkana hinnan korotuksille, jos muut eivät lähde heti tammikuun alusta mukaan!!”

<sup>52</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 78.

<sup>53</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 79.

85. Iittalan Ruokakeskossa 26.9.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teeman osalta:<sup>54</sup>
- ”Seurataan kovasti naapurin hintoja. Pitää kaikkien olla samassa veneessä. Susanna olisi halunnut Teemaa hintavetoon jouluun, mutten suostunut tämän hintaremontin takia. Kierretään Plussa-tarjouksena.”
86. Iittalan Prismassa 30.9.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teeman hinnoittelun osalta:<sup>55</sup>
- ”- Maria huolettaa kova urakka villillä puolen – nyt joku oli myynyt matalaa lautasta alle hintatasojen, mutta hintaremontti alkaa vasta vuoden alusta  
- Toinen hintoihin vaikuttava seikka tuli jälleen esille tämä pakkausksettomuus, joka Marin mukaan pitäisi vaikuttaa tuotteiden hintoihin alentavasti [...]  
- Sekä Mari & Tuija halusi tietää mitä tehdään, jos hintatasoa ei noudateta – he kysyivät lopetetaanko toimitukset ja me myönsimme, että sekin vaihtoehto on mainittu viimeisenä keinona varoitusten jälkeen  
- NYT ELINTÄRKEÄÄ ON MEIDÄN OMA SITOUTUMINEN NÄIHIN TOIMENPITEISIIN!”
87. Sähköpostiviestissä 7.10.2005 Iittalan vähittäiskaupan myyntipäälliköltä S-ryhmälle todetaan kausialennuksista vuodelle 2006 seuraavaa:<sup>56</sup>
- ”Voimme hyväksyä Teeman kausialennuksen ensi vuodelle mikäli uudistuksen ja irtomyyntiin siirtymisen yhteydessä tapahtuvat hintatason korjaukset toteutuvat kokonaisuudessaan ja myymäläesillepanoihin ehdotetut hyllyuudistukset toteutuvat mahdollisuuksien mukaan.”
88. Iittalan Kodin Ykkösessä 10.10.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teeman hinnoittelun osalta:<sup>57</sup>
- ”Kerrottiin tavoitteista nostaa Teeman hintatasoa, joka aiheutti Anussa kovaa närää – hän mainitsi jopa kilpailuviraston asiayhteydessä! Merja ei tiennyt mikä on nyt Anttilan hintatason ero meidän svh-hintoihin, joka näytti olevan enemmän kuin mitä tavoitteissa olisi eli 10%’n poikkeama.

<sup>54</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 80.

<sup>55</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 81.

<sup>56</sup> Asiakirja oli S-ryhmän viraston 11.5.2007 tekemään selvityspyyntöön 22.5.2007 toimittaman vastauksen liitteenä kohdassa 3.3. S-ryhmän vastaus on seuraamusmaksuesityksen liitteenä 13.

<sup>57</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 82.



Lindan mukaan hintatasoa on korjattu koko ajan pikku hiljaa lähemmäs svh-hintoja, mutta työ on hidasta.”

89. Iittalan Prismassa 26.10.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teema-sarjan hinnoittelun osalta:<sup>58</sup>

”Markkinahinta määrää Prisman hinnan! Eli jos kukaan ei tee mitään ei muuta Prismakaan hintoja.”

90. Iittalan Ruokakeskossa 1.11.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teema-sarjan hinnoittelun osalta:<sup>59</sup>

”Seurataan kovasti naapurin hintoja. Kaikkien tulee olla samassa veneessä, jos hintaremonttia toteutetaan on CM mukana nostamassa hintoja!”

91. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 14.11.2005 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Teema-sarjan hintatasosta:<sup>60</sup>

”Nyt näyttää siltä, että villipuolellakin alkaa vene kääntyä tähän Teeman hintatason normalisointiin. Juttelin aiheesta Ranen kanssa tänään... Nyt on sitten ketjujen kanssa saatava asiat kuntoon, sillä ei se voi niin mennä, että ketjut eivät nosta ja villit nostavat... Ketjuista ainakin Sokos ja Stockka ovat nostamassa hintojaan – nyt täytyy saada Anttilat, Prismat, CM ja Eurotkin talkoisiin.”

92. Iittalan Ruokakeskossa 18.11.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Teema-sarjan hinnoittelusta:<sup>61</sup>

”väliaikatietoja, CM:t hinnastohinnoin – poikkeuksia voi olla muki tms volyymituote, jonka hinta on ollut kilpailtu.”

93. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 21.11.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Teeman hinnoittelun osalta:<sup>62</sup>

”- Prismaa lukuunottamatta kaikki ketjut luvanneet noudattaa +-10% sääntöä. Prisma ilmoittaa torstaihin mennessä.  
- Tarjoustalon kanssa tehty jakelutiesopimus.

<sup>58</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 83.

<sup>59</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 84.

<sup>60</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 85.

<sup>61</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 86.

<sup>62</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 87.

- Keskinen ja Kokkolan Halpahalli luvanneet noudatta hintatasoa.
- Kärkkäinen olisi saatava ruotuun.”

94. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 24.11.2005 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä usealle avainasiakaspäällikölle todetaan myynnistä halpahalleille seuraavaa:<sup>63</sup>

”Juttelin pitkään Sirpan kanssa torstaina liittyen meidän tuotteitamme myyntiin halpahalleille. Sirpalla on ollut todella rankkaa mm. Kärkkäisen kanssa – he eivät millään ymmärrä miksi me emme myy heille tiettyjä tuotteita mm. Tris. Vastaukseksi ei riitä se, että olemme tehneet päätöksen siitä, että tämän tuotteen jakeilu on tämä.... Trisin osalta ymmärrystä ei tahdo millään löytyä kun kuitenkin olemme myyneet tuotteen marketeille. Kiven osalta voimme ”ratsastaa” Marimekolla mutta Trisin osalta asiakkaat kokevat meidän vain valitsevan ja kastittavan asiakkaita. Sirpan mukaan asiakkaat (mm. Kärkkäinen ja Kokkolan Halpahalli) ovat erittäin huolissaan ja näreissään siitä, että he eivät saa tiettyjä tuotteita myyntiin vaikka sitoutuisivat meidän edellyttämään hintatasoon. He eivät mitenkään myöskään ymmärrä millä oikeudella me tulemme heidän reviiirilleen liittyen hinnoitteluun. Kärkkäinen on nyt kuitenkin tehnyt (allekirjoittanut) sekä KoKosta että Teemasta jakelutiesopimukset ja he ovat lähdössä Teemassa toivomaamme hinnoitteluun ja myös KoKossa he sitoutuvat hintatasoon – tämä on mielestäni erittäin iso saavutus ottaen huomioon sen, että Kärkkäinen perinteisesti häiriköi hinnoittelullaan.

Sirpa kertoi myös mm. Kärkkäisen olevan erittäin skeptinen siitä, että mitkä ovat meidän eväämme silloin, jos joku asiakas olkoon Prisma tai jokin villi räväyttää Teeman hinnan kanssa - lopetammeko toimitukset? Vai miten toimimme? Tähän meillä olisi syytä olla vedenpitävä vastaus, sillä he eivät millään tahdo uskoa, että todella sanomme esim. Prismalle, että nyt ovat Teeman toimitukset loppu.”

95. Iittalan laatimassa asiakirjassa ”Teema ketjutoimenpiteissä vuonna 2006 – Hinnoittelu” todetaan Teeman vähittäishinnoittelusta seuraavaa:<sup>64</sup>

”Teeman hinnoittelu on tänä päivänä tasolla joka ei ole riittävän kannattava. Saamme teiltä jatkuvasti palautetta siitä että Teeman

<sup>63</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 66.

<sup>64</sup>Iittalan laatima asiakirja oli S-ryhmän viraston 11.5.2007 tekemään selvityspyyntöön 22.5.2007 toimittaman vastauksen kohdassa 3.1 sekä Keskon 31.3.2009 virastolle toimittamien asiakirjojen joukossa, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 88.

hintataso on niin alhainen, että sillä ei kannata kampanjoida ja että siitä ei jää riittävästi katetta.

Nyt on aika korjata tämä tilanne. Teeman uudistukseen liittyy siirtyminen pois kuluttajapakkauksista. Tänä päivänä kuluttajan hintamielikuva perustuu pakkaushintoihin, ei kappalehintoihin - > hintamielikuva hämärtyy, samalla kuluttajan ostokynnys tulee madaltumaan.

Meillä on siis ainutlaatuinen mahdollisuus saada Teeman hintataso normalisoitua tämän uudistuksen myötä.

Hyväksyttävä hintapoikkeama **iittala oy ab'n määrittelemästä** suositushinnasta on enintään 10 %.

Teema tuotteita kannattaa kuitenkin kampanjoida jatkossakin. Kampanjoissa etu kuluttajalle saa olla enintään 25 % myymälän normaalihinnasta. Kampanjan kesto saa maksimissaan olla 1 kk, jonka jälkeen hinta tulee palauttaa myymälän normaalihintaan.

Saadaksemme kuluttajan hintamielikuvan oikealle tasolle ja pystyäksemme hyödyntämään Teeman uutuusarvoa mahdollisimman hyvin, rauhoitetaan Teema lanseerausvuoden 2006 aikana rajuilta hintakampanjoilta mm. Yllätyspäivät ja Keskusvaraston tyjennys-myynti.

Pelissäntöjen ollessa kaikilla samat on tässä mahdollisuus saada Teeman katetaso kannattavaksi kertaheitolla. Tulemme seuraaman Teeman hintatasoa vuoden 2006 aikana ja mikäli tarve vaatii olemme valmistautuneet korjaaviin toimenpiteisiin.”

96. Iittalan kotimaan vähittäiskaupan jaksoarvioinnissa 30.11.2005 todetaan Teeman hinnoittelusta:<sup>65</sup>

”Teeman hintaremontti etenee hyvin: kaikki ketjut ovat lupautuneet nostamaan hintatason ehdottamallemme tasolle (svh max. -10%). Teema muki on yksi tuote joka tulee olemaan juuri ed. Kuvatun poikkeaman verran mm. Prismassa.”

97. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 20.12.2005 vähittäiskaupan myyntipäällikkö kirjoittaa piiripäälliköille seuraavaa:<sup>66</sup>

”Teeman osalta on päätetty toimia näin:

<sup>65</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 89.

<sup>66</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 90.

Rane hoitaa neuvottelut niiden asiakkaiden kanssa, jotka eivät ole suostuneet allekirjoittamaan jakelutiesopparia Teemasta. Tilanne on se, että mikäli asiakas ei sopparia allekirjoita emme toimita hänelle Teemaa 2.1.2006 alkaen.

Huom! Korostan vielä että nämä loppukeskustelut käy Rane, jotta varmasti saamme kaikille samanlaisen viestin samassa muodossa.”

ja edelleen

”Moi vielä, ilmoittakaa viipymättä niiden asiakkaiden nimet ja asiakasnumerot, jotka eivät ole vielä allekirjoittaneet Teeman jakelusopparia.

Toimittakaa tiedot näistä asiakkaista mulle ja Ranelle.”

98. Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö on 21.12.2005 lähettänyt seuraavan Teeman jakelutiesopimusta koskevan sähköpostiviestin Keskolle, S-ryhmälle ja Tradekalle:<sup>67</sup>

”Taustatyö Teeman uudelleen lanseerauksen ympärillä etenee hyvää vauhtia ja nyt vain odottelemme vuoden vaihdetta ja aikaa kun saamme uudet upeat Teema-astiat kauppoihin. Teeman osalta muutoksia tulee olemaan irtomyyntiin siirtyminen ja hintatason normalisointi. Hintatason osalta on ilmennyt haasteita muutaman ison halpahalliketjun kanssa. Heidän kanssaan olemme ottaneet edellytykseksi saada Teema valikoimiin 2.1.2006 alkaen sen, että Teeman jakelutiesopimus on allekirjoitettu. Jakelutiesopimuksessa määrittelemme eri kriteerit sille, että asiakas saa ko. tuotesarjaa myydä. Näitä kriteerejä ovat: Valikoima, esillepano, henkilökunnan tuotetuntemus, markkinointi ja hintataso.

Teidän kanssanne tilanne on aivan kunnossa ja jakelutiesopimuksessa määritellyt kriteerit täyttyvät automaattisesti, joten emme nähneet tarpeellisenä tätä kanssanne käydä läpi mutta jotta kohtelemme oikeudenmukaisesti kaikkia asiakkaitamme toivomme, että voitte allekirjoittaa Teeman jakelutiesopimuksen pikimmiten. Jakelutiesopimus on tässä sähköpostissa liitteenä, jotta voitte siihen tutustua. Kati toimittaa vielä tänään paperiversiot allekirjoitettavaksi 2 kpl (toinen teille, toinen paluukuoressa meille) postitse. Mikäli teillä on asiaan liittyen kysymyksiä, voitte olla yhteydessä allekirjoittaneeseen.”

---

<sup>67</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteinä 91–94.

99. Tradeka vastaa tähän Teeman hinnoittelua koskevaan sähköpostiviestiin 21.12.2005:<sup>68</sup>

”Käymme läpi jakelutiesopimuksenne mahdollisimman pian.

Viime päivinä Tokmannin johto on kommentoinut lehdissä mm. siten, että tulevat haastamaan keskusliikkeet myymällä brändituotteita huomattavasti edullisempaan hintatasoon. Tällainen viestintä aiheuttaa ainakin täällä meillä melkoista huolestumista markkinoiden tilanteesta jatkossa: olemme lähdössä mukaan Iittalan tuotteiden hintatason ”oikaisuun” yhdessä teidän kanssanne ja teidän aloitteestanne. Kuinka varmoja voimme olla siitä, että emme pelaa itseämme ulos nostamalla ko. tuotesarjojen hintoja, kun tällaista henkeä nyt tuntuu olevan ilmassa?”

100. Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö vastaa Tradekalle edelleen 21.12.2005 sähköpostitse:<sup>69</sup>

”Hienoa, jos voitte käydä jakelutiesopimuksen mahdollisimman pian läpi, sillä tilanne on nyt sellainen, että jos me mahdollisesti joudumme vastaamaan oikeustoimiin Teeman osalta (hinnoittelu), niin meillä on kaikkien asiakkaittemme kanssa samanlaiset sopimukset tehty. Teeman osalta emme tule toimittamaan näille halpakauppaketjuille tavaraa, ennen kuin saamme sopimukset alikirjoitettua heidän kanssaan.

Me emme tule tukemaan meidän tuotteidemme myyntiä alehintaan missään nimessä. Me haluamme varjella ja vahvistaa brändejämme ja silloin ei ole mitään mieltä missään polkumyynnissä.”

101. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 23.12.2005 vähittäiskaupan myyntipäällikkö toteaa usealle myynti- ja markkinointiorganisaatioon kuuluvalla henkilölle, mukaan lukien Iittalan kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaava johtaja, seuraavaa:<sup>70</sup>

”On todellakin ikävää, että tämä tilanne nyt Teeman kanssa on mennyt tällaiseksi. Kuten Christelkin totesi viestissään on tämä nyt vain pakko tehdä, sillä meidän on pakko kunnioittaa nyt niitä asiakkaita, jotka ovat lähdössä uuden Teeman kanssa liikenteseen uusin eväin – tämä on varmasti loppujen lopuksi viisas päätös ja nostaa Teeman taas uudelleen arvoiseensa asemaan.

---

<sup>68</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 95.

<sup>69</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 96.

<sup>70</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 97.

Kovasti kiitoksia kaikille Teeman kanssa venyneille ja vanuneille!”

102. Kesko vastaa 29.12.2005 Iittalan 21.12.2005 lähettämään Teeman hinnoittelua ja jakelutiesopimusta koskevaan sähköpostiviestiin Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle seuraavaa:<sup>71</sup>

”Ymmärrän tilanteen Teeman suhteen. Meidän on kuitenkin katsottava tilannetta omalta kannaltamme joten pyytäisin sinua lisäämään /korjaamaan muutaman kohdan tähän sopimukseen. Me emme voi sitoutua suositushintoihin vaan meidän on seurattava kilpailutilannetta ja tehtävä omat hintapäätöksemme sen mukaan. Toki yritämme saada tuotteista parhaan mahdollisen hinnan, mikä on varmasti teidänkin tavoitteenne.”

103. Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö lähetti 9.1.2006 sähköpostin liitteenä vähittäiskaupan yksikköpäivillä käsitellyn jaksopalautteen joulukuulta ja yhteenvedon vuodesta 2005 Iittalan vähittäiskaupan johtoryhmälle. Sähköpostiviestin liitteissä todetaan muun muassa otsikolla ”Case-Teema”:<sup>72</sup>

”- Teeman osalta toimituskieltoon menevät vuoden vaihteessa seuraavat asiakkaat: Minimani, Säästöporssi, Tokmanni (Tokmannit, Vapaa-valinnat, Tarjoustalot, Maxi-makasiinit, Säästökouppa ja Robin Hood) ja Säästöporssi isoista halpakauppaketjuista lisäksi muutamia pienempiä toimijoita.  
- Teimme periaatepäätöksen siitä, että niille asiakkaille, jotka eivät allekirjoita Teeman jakelutiesopimusta emme vuoden vaihteen jälkeen toimita Teemaa – toimitukset alkavat heti kun sopimus on allekirjoitettu. Tietyt asiakkaat ovat uhkailleet meitä jopa oikeustoimilla – toivotaan, että pääsemme kuitenkin yhteisymmärryseen heidänkin kanssa.  
- Olemme myös lähettäneet kaikille ketjuasiakkaille allekirjoitettavaksi jakelutiesopimukset, jotta kaikki asiakkaamme ovat samalla viivalla. (Vielä näitä sopimuksia ei ole palautunut). Asiakkaita tuntuu hieman epäilyttävän allekirjoittaa ko. sopimusta. Hintatason osalta asiakkaamme ovat kertoneet lähtevänsä mukaan hinnan normalisointiin – kukaan ei kuitenkaan halua olla se ensimmäinen joka hintoja nostaa vaan kauppa on odottavalla kannalla.  
- Halpakauppaketjut ovat närkästyneitä siitä, että he kokevat meidän harrastavan jonkinlaista sanelupolitiikkaa ja lainvastaisesti määräävän hinnat. Jakelutiesopimuksessa kuitenkin hinta on vain yksi asia ja saadakseen myydä tiettyjä tuotesarjoja on asiakkaan täytettävä muitakin kriteerejä.

<sup>71</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 98.

<sup>72</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 99.

- Hinnan osalta olemme paljon keskustelleet asiakkaittemme kanssa siitä, että Teema sarjasta on jäänyt asiakkaalle liian pieni kate ja asiakkaat ovat toivoneet nimenomaan meidän tekevän tälle jotain – nyt me teemmekin ja onneksi monet ovatkin tästä erittäin iloisia. Niinikään se, että siirrymme Teemassa irtomyyntiin on oikea hetki toteuttaa tämä muutos.”

104. S-ryhmän tuoteryhmäpäällikkö lähetti 17.1.2006 Prisman sisäisen tiedotteen koskien Teeman myyntihintoja:<sup>73</sup>

”Teemasta pari asiaa:

- vanhojen värien, sinisen, keltaisen ja valkoisen mukin myyntihinnat ovat tammikuun ajan vielä vanhalla tasolla, koska kausi 1:n myynnissä 17026 oli jo aiemmin sovittu vanhojen Teemavärien mukilava. Kaikkien Teema-mukien hinta nousee helmikuun alusta samaksi”

105. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 30.1.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Teeman osalta:<sup>74</sup>

”Maanantaina 6.2. Tokmannin kanssa vuosisopimusneuvottelu, jossa selviää, allekirjoittaako Tokmanni Teeman jakelutiesopimuksen. Tokmannit 110 myymälää, Minimanit 5 myymälää ja Säästöporssit 10 myymälää vielä allekirjoittamatta Teema jakelutiesopimusta.”

106. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 6.11.2006 Iittala-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja markkinointipäällikölle todetaan Teeman hinnoista:<sup>75</sup>

”Sannan lähettämässä hinnastossa on Teema ja Aalto hinnat korkeammat kuin suunnittelimme. Teemasta laitoin jo kyselyn tulemaan. Alla vielä vertailun vuoksi sv-hintojen tasoa syksyn aikana

[ ... ]

Nämä on ikäviä laittaa taas asiakkaille menemään, kun he ovat jo hinnoitelleen ensi vuoden tuotteet järjestelmiinsä. Pahimmassa tapauksessa nämä ed. hinnat jäävät elämään asiakkaiden järjestelmiin mm Teemassa ja Aallossa.

---

<sup>73</sup> S-ryhmän 19.5.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 100.

<sup>74</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 101.

<sup>75</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 102.

Teemassa teimme korotukset jossain vaiheessa sarjaan, mutta nyt tässä hinnastossa hinnat olivat vieläkin korkeammat kuin korotetut hinnat lokakuun alussa:

[ ... ]

Alunperin ajattelimme jättää svh't nämä tämän vuoden tasolle hintaremontin takia – mutta nostimme niitä kuitenkin lokakuun tasolle. Onko lokakuun hinnat pätevä vai nyt hinnastossa olevat hinnat?”

107. Iittalan sisäisen sähköpostiviestin liitteessä 13.12.2006 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle ja omista vähittäismyöntikanavista vastaaville henkilöille todetaan:<sup>76</sup>

”Jakelu- ja yhteistoimintasopimusten avulla on saatu hienosti normalisoitua hintataso – työ jatkuu edelleen.”

ja lisäksi Iittala-tavaramerkin osalta:

”Teeman huikeat myynnit. Uudet kaupalliset värit. Irtomyyntiin siirtyminen oli oikea veto. Hintaremontin onnistuminen.”

108. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 14.3.2007 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä usealle Iittalan piiripäällikölle todetaan Minimanin hinnoittelua koskien:<sup>77</sup>

”Juttelin Arin kanssa Minimanista ja hän pyysi, että teette tarkan selonteon ongelmista joita siellä on. Lisäksi hän toivoi, että laitate myös paperille toiveet niistä asioista, joihin on muutostoivomuksia ja jos on jotain, mitä toivotte Arin ottavan esille ja vievän eteenpäin.”

Yksi piiripäälliköistä vastaa 15.3.2007 viestiin:

”Jakelusopparit ovat Aallon, Teeman ja KoKon osalta allekirjoitettuna, mutta hän ei noudata niitä kaikilta osin. Myöskin myivät maaliskuussa Savonian 24-os. settiä ”hyvällä tarjouksella” 44,90 - 20% kierrätysetu. Muut asiakkaat olivat tästä kovasti näreissään.

Vuosisopimus on vaiheessa, kun hän ei suostu ottamaan meitä Ranen kanssa vastaan. Ensimmäinen vaihe otettiin jo käyttöön joulukuussa, kun Rane lähetti hänelle alustavan tarjouksen tulevasta sopimuksesta. Myöskään Muumi- ja 24 H sopimukset ovat

<sup>76</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 103.

<sup>77</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 104.



vaiheessa ja olen myös lopettanut ko. sarjojen toimittamisen Minimaneille.”

Myyntipäällikkö välitti tämän kommentin 19.3.2007 sähköpostitse eteenpäin kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle.

109. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 20.4.2007 piiripäälliköltä usealle Iittalan avainasiakaspäällikölle todetaan otsikolla ”hintavirheitä” seuraavaa:<sup>78</sup>

”Prismoissa pitäisi saada hinnat kohdilleen, ettei asiat pääse riisäytymään käsistä ja villit seuraamaan esimerkkiä.

Teemassa seuraavaa: vati 16x37 29,90 pitäisi olla 30,10; sokermalja 7,50 pitäisi olla 7,60; pata 22,50 pitäisi olla 22,90.

[...]

Osassa pieniä virheitä, mutta jos kaikki hinnoittelevat noin, niin ollaan ennen pitkää samassa tilaneessa kuin ennen jakelutiesopimuksia. Toivottavasti saatte hinnat muutettua.”

### 7.2.3 Alvar Aalto –tuotteet

110. Alvar Aalto -tuotesarjan kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaehtoon sisältävän sopimuksen vuosina 2006 ja 2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päiväykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Iittala laati Alvar Aalto -tuotesarjasta määrähintaehtoon sisältävän sopimuksen vielä vuodelle 2008.
111. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely Aalto-tuotteiden osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjiin, jotka eivät allekirjoittaneet varsinaista määrähintaehtoon sisältävää sopimusta.
112. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.5.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan:<sup>79</sup>

”Aalto hinnoittelua voitaisiin tervehdyttää sillä, että tietyt uutuudet tulisivat vain rajoitetumpaan jakeluun, jolloin hintataso saataisiin niiden osalta pidettyä. Asia käsitellään seuraavassa vksuunnittelupalaverissa.”

<sup>78</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 105.

<sup>79</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 58.

113. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 30.1.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Aalto-astiasarjan osalta:<sup>80</sup>

”Minna järjestää hintakartoituksen. Hinnoittelusäännöt samat kuin Teemassa, yritetään selvittää ilman jakelutiesopimusta.”

114. Sähköpostiviestissä 6.6.2006 S-ryhmältä Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan:<sup>81</sup>

”Saimme Kokkolasta seuraavanlaisen hintavertailun Iittalan tuotteista. Olemme noudattaneet Ovh hinnoittelua sopimissamme rajoissa, mutta nyt sain ketjulta viestin, että jos hinnoittelu on näin villiä on Prisma ketjun noudatettava samaa linjaa. Kommentitko tähän pikaisesti. Tarvitsen vastauksen to aamuna.”

Kyseiseen sähköpostiviestiin oli kirjattu hintavertailuja kuten esimerkiksi Aalto Finlandia 251:n hinta eri liikkeissä Kokkolan seudulla. Hinta vaihteli enimmillään Prismän hinnan 92,50 euroa ja Halpahallin hinnan 74,90 euroa ja Minimanin hinnan 69,90 euroa välillä.

115. Vastauksena edelliseen Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö toteaa Aalto tuotteiden hinnoittelusta sähköpostiviestissä 6.6.2006 S-ryhmälle:<sup>82</sup>

”Olemme tekemässä nimenomaan Aalto tuotteiden kohdalla nyt jakelutiesopimusta, joka tulee ottamaan kantaa myös Aalto sarjan hinnoitteluun. Aalto on meillä ikoni tuotesarja ja on varsin ikävää, että hinnoittelu ko. sarjan kohdalla on näin kirjavaa. Toivon, että ette alkaisi tämän vuoksi nyt alentamaan hintoja vaan me pyrimme korjaamaan tämän tilanteen, sillä me emme todellakaan toivo, että Aalto toimii sisäänvetotuotteena.”

116. Iittalan Retail & Shops suunnittelukokouksen 29.8.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Aalto tuotteiden hinnoittelun osalta:<sup>83</sup>

”- Jälleenmyyjät on juuri saatu sitoutumaan meidän haluamaan hintatasoon Aalto tuotteiden osalta. Ensi vuoden alusta lähtien kaikki jälleenmyyjät ovat sitoutuneet jakelutiesopimusten kautta hintatasoon.

- Vuonna 2007 ei yhtään valtakunnallista kampanjaa Aallosta.”

117. Sähköpostiviestissä 6.10.2006 Stockmann kysyy Iittalan avainasiakaspäälliköiltä Aalto-tuotteiden Hullut Päivät tarjouksesta.<sup>84</sup>

<sup>80</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 101.

<sup>81</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 106.

<sup>82</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 107.

<sup>83</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 108.

”Toivoisimme vielä keskustelua josko Aallon myymisestä HP:llä ensi keväänä noin -30% edulla voitaisi vielä keskustella. Kyseessä on kuitenkin erikoiskampanja eikä normaali myyntitapahtuma.”

Tähän Iittala vastaa 9.10.2006:

”ymmärrän kantanne HP-hinnoitteluun, mistä syystä minun on vaikea pyytää hintatarjouksen rajaamista normaalin kanta-asiakastarjouksen tasolle. Kävimme aiheesta pitkällisen keskustelun viime viikolla keskuudessamme vähittäiskauppaorganisaation kuukausipalaverissa, jonka yleinen kanta oli hyvin vahvasti ja päättäväisesti jakelutiesopimusta noudattava ja sitä kunnioittava. Voin toki yrittää vielä avata keskustelua seuraavassa palaverissamme (30.10.) ja antaa sinulle vastauksen sen jälkeen. Mutta minun on myönnettävä ja hyvin vaikea uskoa että kantamme muuttuu nyt päätetystä. Mikäli emme olisi lähteneet Aalto-hintatasoa korjaaviin toimenpiteisiin valtakunnan tasolla jakelutiesopimuksen puitteissa, emme myöskään olisi todennäköisesti näin mustavalkoisia asian tiimoilta. Mutta tosiasiasa olemme jo hyvässä vauhdissa onnistuneet sopimaan jälleenmyyjijemme kanssa korjaavista toimenpiteistä, ja näin ollen emme halua vaarantaa sitä millään poikkeavalla toimenpiteellä, olen pahoillani.

Loppupeleissä näillä korjaavilla toimenpiteillä on ensisijaisesti positiivinen vaikutus juuri teidän Aalto-kauppaan.”

118. Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö kirjoittaa Keskolle 23.10.2006 sähköpostiviestissä seuraavaa:<sup>85</sup>

"Plussa-kampanjana kampanja-alennuksenne jäi pyörimään mieleeni, mistä syystä kysynkin voisimmeko sopia kuluttaja-alennuksen Aalto kynttilälyhdyille -20%'tiin?  
Mielestäni 20 %'n alennus on jo kaupallinen kanta-asiakastarjous tuotteessa, joka jo nyt on osoittanut - normaalihintaisenakin - menevän hyvin kaupaksi uutuusarvollaan."

Kesko vastaa 23.10.2006:

"Mielellämme mekin ottaisimme tuotteesta parhaan hinnan, mutta pääkilpailijamme on jo hinnoitellut tuotteen alle suositusovh:nne (15,20 kun suosittelette 15,90), joten olemme pakotettuja hinnoittelemaan heidän mukaansa ja alentamaan kanta-

---

<sup>84</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 109.

<sup>85</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 110.

asiakkaillemme edun tästä hinnasta, ja se muodostuu nyt 25%:ksi."

Iittala vastaa edelleen 23.10.2006:

"Olet kyllä oikeassa tuotteen normaalihinnoittelussa on eroja ja se on osaltamme ok. MUTTA, en malta jättää aihetta vielä siihen, sillä juuri joulun kuumimman myyntiajan vain teidän ketju myy ko. tuotetta ale-hintaan! Jolloin jo normaaliplussaetu (-20%) olisi 12,70 e/kpl, joka on huomattavasti alle teidän pahimman kilpailijan normaalihinnan.

Itseasiassa minulla on toinenkin hyvä syy tähän keskusteluun; olemme juuri hyvässä vauhdissa korjaamassa Aalto-tuotesarjan "villää" hinnoittelua maakunnissa ja näin onnistuneet sopimaan kohtuullisia kampanjahintoja Aalto-sarjalla ohjaten perushintatasoa ylöspäin. Juuri kampanjahinnoittelussa emme mielellämme ole sopineet suurempia kanta-asiakastarjouksia kuin -20% tämän hintaremontin yhteydessä. Tämä on syy miksi niin kovin toivoisin voivani neuvotella Pirkan plussatarjouksen suuruudesta. Toivottavasti ymmärrät tilanteen myös meidän näkökulmasta."

Kesko vastaa edelleen 23.10.2006:

"Ymmärrän toki kantanne asiaan, jos tällaista "villää" hinnoittelua esiintyy. Mutta en nyt oikein ymmärrä, miksi normaalihinnoittelun erot ovat osaltanne ok, mutta kampanjahinnoittelun eivät? Eli jos meidän normaalihintamme on vaikka 14,90 ja annamme siitä kanta-asiakasalennuksen -20% = 11,90 niin tähän on silloin ok?"

Iittala vastaa edelleen 23.10.2006:

"olet ymmärtänyt asian aivan oikein. Paras tilannehan olisi jos kaikilla olisi sama hinta ja kampanjoissa ero näkyisi alennus-%'ssa, mutta asia on kuitenkin toisinpäin. Perushinnoittelussa olemme samassa tilanteessa kuin Kivi-lyhtyjien kanssa eli normaalihinnoittelupoikkeamat ovat meille ok, kunhan se pysyy suht normaalissa tasossa. Kampanjahinnoittelussa pyrimme sopimaan alennukset haarukkaan 10-20 % myymälän hinnasta. Mainitsemasi hinnoittelu- & kampanjaesimerkki on ok."

Kesko vastaa edelliseen 24.10.2006:

"Korjasin hinnat Pirkkaan eli 11,90 (14,90) Plussaetu 20%."

119. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 6.11.2006 Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö toteaa Aallon hinnoista:<sup>86</sup>

”Sannan lähettämässä hinnastossa on Teema ja Aalto hinnat korkeammat kuin suunnittelimme. Teemasta laitoin jo kyselyn tulemaan. Alla vielä vertailun vuoksi sv-hintojen tasoa syksyn aikana

[ ... ]

Nämä on ikäviä laittaa taas asiakkaille menemään, kun he ovat jo hinnoitelleen ensi vuoden tuotteet järjestelmiinsä.

Pahimmassa tapauksessa nämä ed. hinnat jäävät elämään asiakkaiden järjestelmiin mm Teemassa ja Aallossa.

Teemassa teimme korotukset jossain vaiheessa sarjaan, mutta nyt tässä hinnastossa hinnat olivat vieläkin korkeammat kuin korotetut hinnat lokakuun alussa:

[ ... ]

Alunperin ajattelimme jättää svh't nämä tämän vuoden tasolle hintaremontin takia – mutta nostimme niitä kuitenkin lokakuun tasolle. Onko lokakuun hinnat pätevät vai nyt hinnastossa olevat hinnat?”

120. Kesko toteaa sähköpostiviestissä Iittalalle 24.1.2007 seuraavaa:<sup>87</sup>

"Unohtui mainita edellisessä viestissä, jossa laitoin noita Teeman hintakuvioita kaupoissa, että Prisma myy uudet Aallon kynttilälyhdyt 12,50 €. Olisiko niin, että uudet värit olivat noin 15,00 €, mutta suurin osa oli 12,50 €?????”

Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö vastaa edelliseen 25.1.2007:

"kiitos hintatiedoista. Kommentoiminen näihin pitkittyi, sillä olin eri toimijoihin yhteydessä aiheesta (hinnat Teema ja Aalto). Olemme edelleen hyvässä yhteisymmärryksessä hintatasosta hinnan korotusten jälkeen. Osa on jo nostanut hintoja, osalla on muutokset astumassa voimaan tammialen päätyttyä. Toki seuraamme itsekkin missä mennään ja tulemme tekemään heti helmi-kuun alussa hintavertailun."

<sup>86</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 102.

<sup>87</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 111.

121. Iittalan sisäisissä sähköpostiviesteissä 13.2. ja 14.2.2007 piiripäälliköt ja avainasiakaspäälliköt kirjoittivat jälleenmyyjien vähittäishinnoista seuraavasti:<sup>88</sup>

”Tein Kärkkäisellä hintavertailua ja huomasin, että miltei poikkeuksetta he ovat hinnoittaneet jakelusopimusten piiriin kuuluvat tuotteet hieman halvemmalla kuin meidän minimihinta, esim. Aalto 160 mm pitäisi olla 82,80, heillä 82. Pistäkö heille sen eilen entratun listan ja pyydän muuttamaan hinnat ehdottomasti sen mukaiseksi.”

”Mun mielestä se eilinen hintalista Kärkkäiselle ja vaatimuksella, että hinnat pitää olla ne. Muilla toimijoilla mm. Tokmanni-ketjun kaikilla pisteillä voimassa noi alimmat listahinnat. Taitaa olla myös Jukka Halpa-hallissa nostanut hintoja, näin olin näkevinäni kun olin siellä ostoksilla.”

”Ennen kuin vaadin heiltä mitään, odotan, että Muumi-hinnat ovat kunnossa myös Prismoilla ja Citymarketeilla. Sain tänään ”pienet” haukut asiasta.”

122. Kesko kirjoittaa Iittalalle 21.6.2007 sähköpostiviestissä seuraavaa:<sup>89</sup>

”Teimme muutoksen syksyn markkinointiin Tris kynttilälyhtyjen ja Aalto maljojen osalta niin, etteivät ne tule Mammuteille vaan lokakuun Pirkkaan. Sinne tulee niistä koko sivun ilmoitus. Olen valinnut mukaan muutaman lisäosan Aallosta; katsotko onko tuotteet ok ja millaiset alet niihin saamme. Lisäksi poistamme myymäläkohtaisissa tarjouksissa taloihin jääneet Aalto tuotteet Plussakortilla -30% - 40%. Määrät per tuote vaihtelee eikä mitään osaa ole kovin isoja määriä. Ihan vain tiedoksi.”

Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö vastaa edelliseen 21.6.2007:

”Mainitsemasi alennukset ovat kovia - jakelutiesoppari sallisi vain -20% alet, mutta jos ja vain jos ale koskee poistuvia värejä ja poistuvia kokoja Aallossa -30% on siltä osin ok. -40% on liian kova alennus.”

123. Iittalan piiripäällikön sähköpostiviestissä 20.8.2007 Minimanille todetaan Aalto-maljakkojen hinnoittelua koskien:<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 112.

<sup>89</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 113.

”Olen pahoillani ”hässäkästä”, joka sattui teillä Aaltomaljakkojen takia. Kokkolan Prisma seuraa hyvin tarkkaan kilpailijoiden hintoja eikä käytä ketjun suosituksia tietyissä tuotteissa. Ikävä kyllä he eivät olleet (ehkä loma-ajan takia) huomanneet teidän tekemiä muutoksia esim. Aallon kohdalla. Juttelin asiasta osastopäällikön kanssa ja hän oli enemmän kuin mielissään, jos voisi muuttaa hinnat korkeammalle. Ehdotin alustavasti, että sovittaisiin päivä, milloin teillä molemmilla olisivat sopimuksen mukaiset hinnat voimassa. Anssi oli valmis muuttamaan hinnat vaikka heti. Voisimmeko hoitaa tämän asian kuntoon ihan omin voimin paikallisesti, koska molempia kuitenkin sitoo allekirjoitetut sopimukset.”

Kyseinen viesti on lähetetty 20.8.2007 eteenpäin Minimaniin sisällä kommentilla:

”ja sittenkin mun kantani on että Prisma nostakoon ensin hintansa ja me siitä sitten ehkä kuukauden päästä ne eivät alun perin sopimusta noudattaneet”

Minimani lähetti 29.8.2007 koko viestiketjun edelleen Iittalan piiripäällikölle kommentilla:

”Lähetän tässä sulle X:n ehdotuksen, että Prisma nostaa hintansa heti ja me sitten kuukauden päästä.<sup>91</sup> Näyttää tosi pahalta asiakkaan silmissä, jos jatkuvasti sahaamme hintojen kanssa. Kuinka on Kokkolan Prismassa Teema & Koko hinnat, ovatko jo jakelutiesopimusten määrittämällä tasolla?”

Tämän viestiketjun piiripäällikkö on 30.8.2007 lähettänyt kokonaisuudessaan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja usealle avainasiakaspäällikölle ja piiripäällikölle kommentoiden sitä seuraavasti:

”nyt pitäis nopesti saada päätöksiä ja hinnat kuntoon, ettei mene ihan hulinaks tää juttu.”

124. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 12.9.2007 Iittala-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan koskien Anttilan hinnoittelua:<sup>92</sup>

”Anttila, Kodin Ykkösen hinnoittelu on taasen repsahtanut aika tavalla:

---

<sup>90</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 114.

<sup>91</sup> Siltä osin kun suorissa lainauksissa esiintyy henkilöiden etu- ja sukunimet ne ovat korvattu merkinnällä X.

<sup>92</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 115.

- Teemat ok
- Aalto teräsvati 79,90 e kun sallittu 80,10 e (norm. 89,00 e)
- Kivi lyhdyt erot sallittuihin hintoihin n. 2-3 euroa edullisemmat
- Mariskooli erot sallittuihin hintoihin n. 2-3 euroa edullisemmat.

Tästä syystä en ole oikein innostunut kertomaan punaisten tuotteiden kuvausmahdollisuudesta, ennen kuin saisin lupausta hintojen korjaamisesta ja myös deadline milloin ne korjaantuisivat. Olen puhunut aiheesta Jaanalle niin kauan kuin muistan tätä työtä tehneeni – pian 2,5 vuotta, eikä vielä olla lähellä tavoitetasoa.

Ymmärrät varmaan että alan pikkuhiljaa hikeentyä puhumaan samasta aiheesta.”

125. Keskon sähköpostissa 10.10.2007 Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan:<sup>93</sup>

"Tarjous ilmoituksessa tulee olemaan Plussakortilla -20%, koska Pirkkaan emme voi laittaa muuta kuin kanta-asiakastarjouksia. Kynttilälyhty kaupan päälle. Eli en saa tarjousta siihen muotoon, että siinä olisi pelkkä kynttilälyhty kaupan päälle. Onhan tämä teille ok?"

Iittala vastaa edelliseen 10.10.2007:

"kampanjahinnalla plussa -20% setin kokonaiskampanja-alennus nousee todella isoksi huomioiden, että pakkauksessa on kynttilälyhty jo veloitusetta. Ehdotan, että vaihdamme tähän Pirkkaan normaalit Aalto maljakot 160 mm kirkas ja ultramariini (ilman kynttilälyhtyjä) joista annamme plussa -20% alennuksen.

Kesko vastaa edelliseen 10.10.2007:

"Mutta mainonnassahan ei näy missään isompaa kuin -20% etua, joka on sallittu. Meillä on nämä setit varattuna, joten nekin täytyy saada markkinointiin ja tämä jos mikä on ehdottomasti niiden paras paikka. Vai pitäisikö minun hinnoitella tuote settinä -20% ilman, että puhumme kynttilälyhdyistä kaupanpäällisinä?"

Iittala vastaa edelliseen 11.10.2007:

"Mielestäni sinun ei kannata jättää lyhty-kylkiäisiä mainitsematta sillä muutoin kuluttajat eivät tiedä todellista etua. Plussa -20% on toki ok, mutta mielestäni kokonaisuus nousee todella isoksi huo-

---

<sup>93</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 116.



mioiden tosiaan jo sen että setti on kampanjahinnoiteltu valmiiksi."

Kesko vastaa edelliseen 15.10.2007:

"Mutta voimmeko laittaa ilmoitukseen -20%. Anteeksi nyt että kyselen tätä, mutta parempi selvittää tarjous nyt etukäteen kuin sitten kun se tulee ulos. Kylkiäisen kanssa? Vai yhteishinnalla settinä? Kuten kerroin, emme voi laittaa Pirkkaan tarjousta, jos siitä ei tule kanta-asiakkaille etua."

Iittala vastaa edelliseen 15.10.2007:

"ilman muuta voit kampanjoita setin kanta-asiakastarjouksena -20%. Mainitse ilmoituksessa kylkiäisestä, joka jo pakkauksessa mukana."

#### 7.2.4 Muumi-tuotteet

126. Muumi-tuotesarjan kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vuonna 2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päiväykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Iittala laati Muumi-tuotesarjasta määrähintaehdon sisältävän sopimuksen vielä vuodelle 2008.
127. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely Muumi-tuotteiden osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjäin, jotka eivät allekirjoittaneet varsinaista määrähintaehdon sisältävää sopimusta.
128. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 25.8.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan hinnoitteluperiaatteiden sopimisesta:<sup>94</sup>
  - ”- palautetta tullut postimyynnin kampanjoista ja roolista ketjuasiakkailta
  - yleiseen hintatasoon vaikuttaminen pitkällä tähtäimellä ketjuasiakkaiden kanssa -> tavoite!
  - Postimyynnin ja muiden yksiköiden kampanjointi linjassa yhteisiin hintatavoitteisiin
  - Kampanjointi sallittua, mutta ei pysyvästi alennetut hinnat kaikissa tuotteissa
  - Esim. Muumi: suositushintaa ei voida jatkuvasti kohottaa, katto tulee vastaan mukiin osalta hinnassa 14,90 eur kuluttajalle. S1 hin-

---

<sup>94</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 117.

taa pakko nostaa. Muumista saa kovemman hinnan kuin 9,90 eur!  
Haarukkahinta ei voi olla 9,90-14,90! Hintaa hinattava ylöspäin  
asteittain.

- Periaatetavoite: emme halua itse myydä edullisemmin jatkuvasti  
kuin jälleenmyyjämme

- Pitkäjänteinen työ kaupan normaalihintojen saamisessa iittala  
oy:n suositushintojen tasolle.

-> tällä työllä hyötävät pitkällä tähtäimellä kaikki (vrt. kaupan ka-  
te ja kampanjointimahdollisuus)

- hyväksyttävä raja tavoitteena: 10 % suositushinnasta (yleinen  
tavoite)”

Postimyynnin roolin osalta todetaan lisäksi:

”Uutena asiana Muumi tuotteiden hintakilpailu markkinoilla, joka  
vaikuttaa häiritsevästi”

129. Sähköpostiviestissä 6.4.2006 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasia-  
kaspäälliköltä Keskolle todetaan Arabia-tuotteiden osalta:<sup>95</sup>

”Muumi Uimahypyn kampanjaextra on [poistettu liikesalaisuu-  
tena]. Koska kyseessä on sesonkiaihe, toivoisin, että sesonkituot-  
teen kuluttajahinta ei Pirkassa laske alle 10 euron, erikoisaihe myy  
aivan varmasti yli 10 euron hinnalla jättäen paremman katteen  
(suoitushinta 14,90 eur). Tästä olemme keskustelleet myös mui-  
den asiakkaiden kanssa ja olen esittänyt toiveen, että Muumi mu-  
kin normaalihinta pidettäisiin yli 12,90 eurossa, tämä on kaikkien  
etu: mukista kannattaa ottaa kate, joka on kaikille mahdollinen.  
Kuluttajat ovat valmiit Muumi-mukista maksamaan. Tätä hintata-  
son korjaamista myös muut asiakkaat ovat minulta erikseen toi-  
voneet, sekä tavaratalo, että hyperpuolelta. Kannattaa ottaa  
upeista sesonkiaihesta kaikki irti, houkuttelevat ja runsaat esille-  
panot puhuvat puolestaan!”

130. Sähköpostiviestissä 7.4.2006 Keskolta Iittalan Arabia-tavaramerkistä vas-  
taavalle avainasiakaspäällikölle todetaan:<sup>96</sup>

”Muumimukeista; tarkoittaako vastauksesi, että ettet anna mitään  
kampanja-alennusta muihin muumimukeihin kuin uimahypyn  
kesän ajaksi? Jos näin on täytyy vakavasti miettiä onko muumit  
mukana Pirkassa ollenkaan, sillä eihän se ole Pirkan Plussatarjo-  
us, jos hinta on normaali hyllyhintaa. Muumien hintatason jou-  
dumme valitettavasti pitämään samalla tasolla kuin kilpailijamme,

<sup>95</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 118.

<sup>96</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 119.

joten en voi noudattaa teidän suositushintaa. Mutta, jos kilpailijamme nostaa, niin peesaamme perässä. Tähän en kylläkään usko."

131. Sähköpostiviestissä 17.5.2006 Tradekalta Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan:<sup>97</sup>

"Palaan iliseen Muumi- keskusteluun:

- kuten arvelin eilen, kaikki kesäkuun Synttärkampanjamateriaalit on painettu ja osa on jo matkalla myymälöihin.

Toimenpiteet, joissa Muumi Uimahyppy -muki on esillä:

- Me-lehden kesäkuun nro: synttärkampanjan mainos.  
- 2 x 19 Kärkimedian sanomalehdessä (ilmoitus).

Toivottavasti kampanjamme ei aiheuta suurta liikehdintää. Yleensä tavarantoimittajien viesti on ollut, että Tradekan kampanjat eivät ole aiheuttaneet kovillakaan hinnoilla mitään suurta hämminkiä. Ilmeisesti Tradeka selvästi muita pienempänä pelurina pystyy toimimaan kahden suuren, Keskon ja SOK:n varjossa suht. vapaasti.

Jos olisin ollut tietoinen Arabian pyrkimyksistä Muumi-muki hinnan suhteen, tilanne olisi voitu välttää. Toisaalta siinä tapauksessa Muumi Uimahyppy ei olisi päässyt Synttärkampanjaankaan!"

Tähän Iittala vastaa 17.5.2006:

"Kiitos tiedoista, ok.

Mukin hinta on siis 8,95 ja se koskee kesäkuun kampanjaa. Myytekö heinä-elokuun mukia hinnalla 12,90 eur, jos mukia jää?"

edelleen 17.5.2005 Tradeka samasta aiheesta:

"Siwan ja Valintatalon kantispolitiikka on, että tuotteen kantishinta jatkuu seuraavaan jakson vaihdokseen saakka, joka näillä ketjuilla on 1.9.

Tässä tapauksessa yritän keskustella, että tuohon sääntöön tehtäisiin poikkeus Muumi Uimahyppy -mukin kohdalla (siinä tapauksessa, että tuotetta ei ole jäänyt paljon – jos on jäänyt jakomäärään nähden paljon, minullakaan ei ole mahdollisuutta ehdottaa hinnan nostoa). Palaan sinulle, kun olen keskustellut tästä esmieheni ja ketjujen kanssa.

---

<sup>97</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 120.

Muumi-uimahyppy kulhon kantishinta on tässä kampanjassa:  
14,95 eli etu 19,2 %.”

Iittala edelleen 17.5.2006:

”Ok, periaatteessa lähdetään siitä, että myydään tuote tietenkin ennen syksyä ulos. Mielestäni on ok, jos Euromarketeissa hinta muutetaan heinä-elokuuksi normaalihinnaksi, jos se on Valintatalon ja Siwan osalta vaikeaa.”

Tradeka toteaa tähän 17.5.2006:

”Euromarketeissa hinta palaa aina 1 kk jälkeen normaaliin. Keskustelen Siwojen ja Valtsujen käytännöstä ja palaan.”

132. Iittalan myynnin johtoryhmälle laaditussa jaksoarvioinnissa SUFIN/ Postimyynti 5.6.2006 todetaan:<sup>98</sup>

”Iittalan tuotteet ovat olleet koko toukokuun kovissa hintatarjouksissa eri ketjuissa; meille on tullut tilausten peruutuksia mm. Muumeista, Hackminnasta, perhosmukeista... Asiakkaita hämmästyttää, että ketjuilla normaalihinnat ovat jo 10-20% meidän hintojamme halvempia ja niistä tehdään vielä kantistarjouksia.”

ja lisäksi:

”Toukokuun viivästyneet toimitukset sekä lisääntyvät kommentit jälleenmyyjien paljon edullisimmista hinnoista voivat kyllä verottaa tilaamista.”

133. Iittalan myynnin johtoryhmälle laaditussa jaksoarvioinnissa SUFIN/ Myymälät 7.6.2006 todetaan Iittalan tuotteista:<sup>99</sup>

”Tuotteemme ovat olleet todella näyttävästi esillä kevään juhla- ja lahjasesongin mainonnassa. Etutaso -20%, ei ylilyöntejä Muumi uimahyppy- mukia lukuunottamatta. Sh 14.90, II-laatu 11.20 tehtaanmyymälöissä, alin hinta markkinoilla 8.95 siis -40% suositushinnasta ja -20% alle kakkoslaadun hinnan!”

134. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 7.6.2006 vähittäiskaupan myyntipäällikkö kirjoittaa Muumi-mukien hinnoittelusta usealle Iittalan myynti- ja markkinointiorganisaatioon kuuluvalla henkilöllä:<sup>100</sup>

<sup>98</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 121.

<sup>99</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 122.

<sup>100</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 123.

”Tilanne Muumien hinnoittelun suhteen alkaa olla kuin villin lännen meininkiä! Olin tänään Intradella tapaamassa ostoa saataavuuden osalta ja samalla keikalla puhe kääntyi Muumien hinnoitteluun. Prisma on eilen alentanut Muumi mukin hinnan pysyvästi 9,90 ulos! Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä, että Tradekan kantis, CM plussakortti tarjous ja halpahallien normaali hinnoittelu 8,90–9,90 on ajanut heidät siihen. X kertoi, että kentän (alueosuuskaupat ja myymälöiden väki) painostuksesta hänen on ollut pakko alentaa hinta 11,90:stä tähän 9,90 ja Mari oli tästä tosi harmissaan.<sup>101</sup>

Tilanne on siis tosi hankala ja jopa Prisma oli sitä mieltä, että miksi ette tekisi tällaista jakelutiesopimusta myös Muumeista? – Niinpä – miksi ei? Taitaa alkaa olla ainoa vaihtoehto, jolla tilanne saataisiin normalisoitua. Se on kuitenkin jo todistettu, että Muumeja myydään ulos myös hintaan 14,90. Mikäli jakelusopimus Muumeista tehdään, niin Prisma kuitenkin toivoi meidän otta-vaan huomioon eri asiakkaiden liikeideat mm, heillä on lupauk-sena kuluttajalle pysyvästi edullinen hintataso ja taas mm. Sokok-sella ”eletään” näillä Sokos eduilla – 20 % kk:n ajan jne. Sopi-muksessa pitää siis olla hieman jouston varaa ja uskoisin, että hy-vä ulosmyyntihinta (normaali) Muumeille liikkuu n. 12.90 tasossa ja siitä sitten voisi antaa max. kk:den kestoisia alennuksia esimer-kiksi.

Mitä olette mieltä – Katjan kanssa tästä jo vähän juttelinkin alus-tavasti. Tämä voitaisiin viedä kertaheitolla sitten asiakkaille esim. kausarissa.”

Edellä esitettyyn viestiin kommentti 7.6.2006:

”Kuullostaa ihan tarpeelliselta. Varsinkin jos asiakkaat ovat sitä mieltä että tuotteet liikkuvat hyvin myös normaalihinnalla. Voisit-teko Minna ja Katja tehdä ehdotuksen jakelutiesopimus-poh-jaamme niin katsotaan sitä asap yhdessä. Tunnette kuitenkin par-haiten hinnoittelutilanteen kentällä.”

ja vielä 7.6.2006.

”Mielestäni jakelutiesopimus on aiheellinen, tämän kesän hin-noittelu/alennukset osoittavat sen selkeästi. Ja tiedämme, että ky-syntää on ja samanaikaisesti saatavuusongelmia.

---

<sup>101</sup> Siltä osin kun suorissa lainauksissa esiintyy henkilöiden etu- ja sukunimet ne ovat korvattu merkinnällä X.

Teillä, Minna ja Katja on varmaan paras kokemus siitä miten sopimus laaditaan, käydään sitten yhdessä läpi miten asia presentoidaan kausareissa. Hyvä olisi saada sopimus astumaan voimaan niin pian kuin mahdollista.”

135. Iittalan myynnin johtoryhmälle laaditussa jaksoarvioinnissa SUFIN/ Myymälät 4.8.2006 todetaan Iittalan tuotteiden myynnistä muussa vähittäiskaupassa:<sup>102</sup>

”Kesätuotteiden ja Muumi-mukien hinnoittelu puhuttaa. Tuntuu olevan niin, että suositushintoja ei noudata kukaan muu kuin me. Mitä voimme tehdä, ettei kesätuotteita edes tarvitsisi myydä alle suositushintojen? Onko meidän suositushinnoittelu riittävän kaupallinen?

Muumi-mukien hintahaitari suositushinta 14,90, kakkoslaatu 11,20, priiman alin hinta markkinoilla 8,90 eli kakkoslaatu 20% kalliimpi kuin priima!!!!!!!!!!!!!!”

136. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 29.8.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Arabia tuotteiden hinnoittelun osalta:<sup>103</sup>

”Muumi jakelutiesopimus käyttöön vuoden 2007 alusta. Mukin suositushintaan ei korotuksia vuodelle 2007, jotta asiakkaat saataisiin paremmin hyväksymään jakelutiesopimukset, S1-hintaan pieni korotus.”<sup>104</sup>

137. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 9.9.2006 kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalta johtajalta vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan Minimanin hinnoittelusta:<sup>105</sup>

”Oletko nähnyt niiden ilmoituksen Länsiväylässä? Logot sekaisin ja Muumit polkuhintaan sekä KoKo -25%?”

Myyntipäällikkö vastaa tähän 10.9.2006

”...juttelen asiasta Sirpan kanssa. Pitänee panna asiakas kuriin!”

138. Iittalan Anttilassa 26.10.2006 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan jakelutiesopimuksista:<sup>106</sup>

<sup>102</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 124.

<sup>103</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 108.

<sup>104</sup> S1 hinta on jälleenmyyjien sisäänostohinta.

<sup>105</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 125.

<sup>106</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 72.

”Käytiin läpi kaikki kolme ja Linda jo hinnoitellut 2007 hinnat näiden rajoissa, Linda käy vielä läpi Jaanan kanssa ja palataan tarvittaessa.

Muumi mukin hinta 2007: 14 eur (kampanjahinta 10,50) ja kulho 18 eur (kampanjahinta 13,50) HUOM! Sovittiin, että 19 cm lautasten hinta (poistuvat 2007) voi olla sama kuin ennen, ei tarvitse nostaa jakelutiesopimuksen mukaiseksi, sovitaan tästä myös muiden asiakkaiden kanssa.”

139. Vähittäiskaupan myyntipäällikön SUFIN johtoryhmälle laatimassa vähittäiskaupan jaksoarviointissa marraskuu 2006 todetaan:<sup>107</sup>

”Uudet jakelutiesopimukset 24h, Muumi käyty läpi kaikkien ketjujen kanssa, mutta ei allekirjoitettu, sisällöstä ollaan päästy yksimielisyyteen, keskustelu jatkuu.

Stockmann, Sokos, Kodin1, Anttila, Tradeka ja Prisma ovat suostuneet nostamaan Muumi-mukin hintaa 2.1.2007 alkaen, Keskon kanssa keskustelu jatkuu.”

140. Iittalan myynnin johtoryhmälle laaditussa SUFIN/ Myymälät jaksoarvioinnissa 8.12.2006 todetaan mm. Muumi-mukin hinnoittelusta:<sup>108</sup>

”Iittalan tuotteet muussa vähittäiskaupassa / toimenpiteet: Iittalan tuotteet ovat todella näyttävästi edustettuina tämän vuoden jälleenmyyjiemme katalogeissa, hienoa! Mutta se hinnoittelu! Kautta linjan suositushinta -20% taso! CM:ssä Muumi- mikit 9,90 (kakkoslaatu tehtaanmyymälöissä 11,20).”

141. Iittalan K-citymarketissa 8.1.2007 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Muumi-mukin vähittäishinnasta:<sup>109</sup>

”Laita s-postilla Muumi jakelusopimuksen liite Muumi mukin hinta korotetaan, jos muutkin asiakkaat korottavat”

142. Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön sähköpostissa 8.1.2007 Keskolle todetaan:<sup>110</sup>

”Lähetän tässä liitteenä tänä vuonna sovellettavat Arabia jakelusopimusten liitteet:

- Muumi, alkaen 2.1.2007

<sup>107</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 126.

<sup>108</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 127.

<sup>109</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 128.

<sup>110</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 129.

- 24h, alkaen 15.1.2007
- KoKo, jatkuu

Tarkistin, että kävimme nämä läpi kanssanne, kun Tuijakin oli mukana palaverissa 15.11. Ollaan yhteydessä näiden osalta, jos teillä tulee kysymyksiä.

Toivomme, että voimme yhteistyössä sopia sopimusten asioiden noudattamisesta. Muumin osalta kaikki asiakkaamme ovat sitoutuneet heti alkuvuodesta toteutettavaan hintatason korjaukseen ja siten paremman katteen maksimoimiseen sekä normaalihinnan että kampanjoinnin osalta. Tämä keskustelu on käyty niin hypermarket, tavaratalo kuin suoraan ostavien asiakkaiden kanssa.

Myös 24h ja KoKo sopimukset on yhteisesti hyväksytty kaikkien näitä sarjoja valikoimassa pitävien asiakkaidemme osalta tälle vuodelle."

143. Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö kirjoittaa 10.1.2007 Keskolle seuraavaa:<sup>111</sup>

"Laitoin maanantaina sähköpostilla sinulle ja Tuulalle Muumi jakelusopimuksen liitteen, jonka kävin läpi kanssanne 15.11. Toivoin, että jakelusopimuksen hintataso on edellytys Pirkka kampanjaan, kuten myös muihin vuoden kampanjoihin.

Onhan Muumi hintatason korjaaminen puolestanne ok? Tähän sitoutuvat alkuvuodesta alkaen kaikki asiakkaamme, jotta kaikki saavuttavat parempaa katetta. Suositushinnasta on mahdollisuus poiketa -10% asiakkaan strategian mukaan ja hyllyhinnasta mahdollisuus tehdä -25% hinnoitteluvuoralla kampanjointia. Tästä hyötyvät kaikki, kuluttaja on valmis maksamaan mukista, se on varmaa.

Jos voimme edetä näillä ehdoilla, laitanko Pirkkaa varten Muumi määrät tiedoksi, jonka mukaan teen varaukset. Muumi extra mukeihin ja 15 cm lautasiin (Pirkka kuvasto) [poistettu liikesalaisuutena] ja 19 cm lautasiin, jotka teillä valikoimassa (myymälätarjous) [poistettu liikesalaisuutena].

Tehdään yhdessä siten kannattavaa ja hyvää Muumi kauppaa koko alkaneen vuoden aikana. Kiitos, jos saan Pirkka kampanjamäärät vielä tänään."

---

<sup>111</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 130.



144. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 11.1.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja Iittalan kentällä toimiville myyjille todetaan Muumi-mukin hintaseurannasta:<sup>112</sup>

”Otatteko ylös tammi–helmikuun aikana Muumi-mukin hintatasa sekä ketjuissa että villoilla eli tehdään yhdessä kooste onko hinnat nostettu jakelusopimuksen tasoon. Tästä puhutaan nyt ketjupäässä paljon ja viimeksi CM otti asian esille.

CM:lla vahvistui Muumi-mukit ja 15 cm lautaset maaliskuun Pirkkaan ja helmikuuhun mennessä ihan viimeistään tulisi kaikkien asiakkaiden hinnat olla viimeistään korjattu jakelusopimuksen tasoon, että kaikki toimivat tasapuolisesti.”

Yksi piiripäälliköistä vastaa 11.1.2007:

”Seurataan ja vahditaan, mutta minä ainakin tunnustan, että sopimuksia en ole vielä allekirjoittanut kuin murto-osalle. Otan itseäni niskasta kiinni.”

Johon avainasiakaspäällikkö edelleen 11.1.2007:

”Hoidetaan homma kuntoon, puhelahjoja ja jämäkkyyttä tarvitaan, soitelkaa, jos tarvitsette apua! Ketjuihin päin olen kertonut, että tämä on kaikkien yhteinen etu, johon kaikki valmiita sitoutumaan, kunhan kaikki tekevät hintatason korotuksen yhdessä. Pitkällä juoksulla kaikki hyötyvät kun katetaso paranee.

Tämä on nyt kriittistä, että todella kaikki lähtevät mukaan heti alkuvuodesta, muuten tulee ongelmia.”

Toinen piiripäällikkö vastaa viestiin 23.1.2007:

”Tässä nopea päivitys muumi hintoihin. Nyt olis ketjuillakin parantamisen paikka. Kenelläkään ei ole hinnat kohdillaan. Tokmanni ketjuna nostanut vaatimellemme tasolle. Muut halpikset tulevat perässä kun ehdimme kaikki käydä läpi.”

Piiripäällikön viestissä oli liitteenä lista Muumi-mukin ja -lautasen hinnoista Citymarketissa, Prismassa, Euro-Marketissa, Minimanissa ja Tokmannissa. Tokmanni oli nostanut hintansa suositushinnan tasalle 13,40 euroa, mutta esimerkiksi Minimanissa hinta oli 9,90 euroa.

---

<sup>112</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 131.

145. Sähköpostiviestissä 11.1.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä Keskolle:<sup>113</sup>

”Muumi ja Verso kesätuotossa olen ehdottanut kaikille asiakkaille, että lyhyen ajan sesonkituotteina markkinoilla olevat erikoistuotteet myytäisiin normaalihinnalla, siitä syystä näistä sesonkituotteista ei ole extroja.”

Vastauksessa tähän viestiin 18.1.2007 Keskolta todetaan Muumi-mukin hinnoittelusta:

”Muumin hinnoittelu, kuten sovittu nostetaan, jos kilpailijammekin niin tekee. Tarkistamme asian ihan lähipäivinä.”

146. Sähköpostiviestissä 23.1.2007 Keskolta Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Muumi-mukin hintatasosta:<sup>114</sup>

”Tiedoksesi Katja, että Muumi mukien hintataso on edelleen ennallaan, eikä sitä ole nostettu markkinoilla. Kävin tarkastamassa eilen Järvenpään Prisman hinnat ja mukien osalta se oli 11,90 € ja kulho 16,90 €. Tarjoustalossa mukit maksavat 9,99 €. Eli näillä näkymin, emme tule myöskään nostamaan omia hintojamme.”

Avainasiakaspäällikkö vastaa tähän 24.1.2007:

”Kiitos tiedosta. Kysyn muilta ketjuilta nyt vielä, milloin hinnankorotukset astuvat voimaan, näistä kun on kaikkien ketjujen kanssa yhteistyössä sovittu.

Meidän on erittäin vaikeaa myös kyltittömien asiakkaiden kanssa perustella hinnankorotuksia, jos kyltilliset eivät nosta hintaa.”

147. Iittalan K-citymarketissa 25.1.2007 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan Muumi-mukin hintakeskustelusta:<sup>115</sup>

”Katja selvittää muiden ketjujen aikataulun hinnankorotuksille, toistaiseksi näkyy, että vain Tokmanni nostanut hintansa. CM valmis nostamaan normaalihinnan ja maaliskuun Pirkka kampanjahinnan, jos muutkin asiakkaat nostavat hintansa tammikuun loppuun mennessä, palataan tähän.”

148. Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö lähetti 26.1.2007 Hobby-Hallille, S-ryhmälle, Stockmannille, Keskolle ja Tradekalle sähköpostiviestin koskien Muumi-mukin hinnoittelua:<sup>116</sup>

<sup>113</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 132.

<sup>114</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 133.

<sup>115</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 134.

”Alkuvuodesta keskustelunaiheeksi on noussut Muumi mukin hintatason korotus. Olemme viime vuoden puolella kaikkien asiakkaiden kanssa keskustelleet yhteisestä tavoitteesta korottaa 2.1.2007 alkaen Muumi mukien normaalihintaa, sekä tätä kautta myös kampanjahintoja (ks. liite).

Tällä hetkellä hinnan korotukset eivät vielä näy myymälätasolla kaikilla asiakkailamme. Kaikkien asiakkaidemme kanssa on kuitenkin sovittu samoista pelisäännöistä. Kyltittömällä puolella yksi suurimmista toimijoista on jo nostanut Muumi tuotteiden hinnat. Meidän on äärimmäisen vaikea saada kaikkia asiakkaitamme sitoutumaan hintakorjaukseen, jos kaikki asiakkaat eivät toimi yhtäaikaisesti. Jonkun on kuitenkin aina oltava se ensimmäinen. Tästä hintojen korjauksesta ollaan oltu koko kentässä yksimielisiä ja nähty todella tärkeäksi, että erinomaisesti ulosmyyvistä muumi-tuotteista saisi paremman katteen.

Lähetän tämän viestin kaikille asiakkaillemme ja toivon, että laittaisitte tiedoksi aikataulun, milloin hinnankorotus näkyy myymälöissä. Jotta onnistumme yhteisessä tavoitteessa, toivon, että hinnankorotukset astuisivat voimaan helmikuun alkuun mennessä. Olemme yhteistyössä tehneet paljon töitä tämän tärkeän asian eteen, joten olisi vahinko, jos hintatason korjaus ei nyt onnistuisikaan. Hintatason korjaukselle kaikilla asiakkailamme olisi nyt hyvä hetki ennen kevään kampanjoiden ja Muumi uutuuksien toimitusten alkamista.”

Lisäksi Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö lähetti kyseisen viestin 26.1.2007 Iittalan piiripäälliköille, muille avainasiakaspäälliköille, vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja markkinointijohtajalle todeten:<sup>117</sup>

”Tiedoksenne viesti, joka on tänään lähtenyt kaikille ketjuasiakkaillemme. Tätä voi kernaasti käyttää myös teidän villiasiakkaille.”

149. Tradeka vastaa 26.1.2007 sähköpostitse tähän Muumi-mukien hintaa koskevaan viestiin:<sup>118</sup>

”Meidän on toimittava Tradekan valikoimajaksotuksen mukaisessa aikataulussa. Posliinituotteiden uusi valikoimajakso alkaa 1.3., jolloin uudet hinnat myös Muumien osalta tulevat voimaan.”

---

<sup>116</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteinä 135-141.

<sup>117</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 142.

<sup>118</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 143.

Avainasiakaspäällikkö lähetti Tradekan viestin tiedoksi talon sisällä piiripäälliköille ja vähittäiskaupan myyntipäälliköille. Yksi piiripäälliköistä kommentoi viestiä 29.1.2007:

”Onko mahdollista, että Tradekan kanssa tulisi toimitusvaikeuksia tai kampanjoita jäisi tekemättä? On aika pitkä siirtymäaika yhdelle ketjulle ja arvaan, että tulemme siitä kuulemaan muilta kitkeriä kommentteja.”

Myös toinen piiripäällikkö kommentoi Tradekan viestiä edelleen 29.1.2007:

”Kun nyt puhumme halpiksien kanssa yhtenäisistä hinnoista, miten selitämme että yksi ketju voi nostaa hintojaan vasta tuolloin. Nyt pitää tehdä päätös milloin pitää hinnat olla yhteisellä tasolla ja myös on sallittava halpiksien pitää hintatasonsa siihen asti.”

150. Kesko vastaa kyseiseen Muumi-mukien hintaa koskevaan viestiin 26.1.2007 seuraavasti:<sup>119</sup>

”Meillä muumimukien ja syvien lautasten hinnanmuutos astuu voimaan 7.2. Uudet hinnat ovat muki 14,- ja s.laut. 18,-.”

151. Hobby Hall vastaa kyseiseen Muumi-mukien hintaa koskevaan viestiin 30.1.2007 seuraavasti:<sup>120</sup>

”En voi tällaista sopimusta allekirjoittaa ennen kuin se on käynyt Heidillä. Heidi paikalla konttorilla vasta ensi viikon keskiviikkona, joten saattaa kestää ennekuin pystyn vastaamaan alla olevaan viestiin, mutta PERIAATTEESSA yhteinen hintaperiaate on ok, JOS KAIKKI JÄLLEENMYYJÄT TULEVAT SITÄ SEURAAMAAN (vertaa Sokoksen talviyö muumin mukin hinnoittelua joulun alla). Siinä heillä oli sen kummosempaa ”kampanjaa” (kantis tai sellainen) -35,5% ovh:sta (10,90 vertaa 16,90).”

Tähän Iittala vastaa 30.1.2007:

”Riittää, että sovimme periaatteellisesti ja suullisesti. Sopimus on tehty, jotta periaatteet tulevat selviksi ja käytämme sitä lähinnä esitelläksemme asiaa myös kyltittömille asiakkaillemme. Ketjupuolella muidenkin kanssa on riittänyt suullinen sopimus, jolla si-

<sup>119</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 144.

<sup>120</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 145.

toudutaan yhteisiin pelisääntöihin. Laitoin sopimuksen tiedoksi sinullekin, jotta tiedät, että hintatasosta on keskusteltu ja yhdessä sovittu, jotta saadaan hintataso toimivammalle tasolle. Tiedoksi nämä pelisäännöt myös Heidille, ei tarvitse allekirjoitusta.

Mitä mainitsemaasi Sokokseen tulee voin avoimesti kertoa, että myönsivät Talviyö hinnoittelun olleen kaikin puolin epäedullinen eikä kuulemma tule toistumaan vastaavissa tuotteissa.”

152. S-ryhmän kohdalla Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö palaa asiaan sähköpostitse 30.1.2007:<sup>121</sup>

”Vielä palaan aiempaan viestiini Muumi mukien hintatasosta: olen saanut tällä viikolla tiedoksi, että kaikilla tavarataloketjuilamme sekä yhdellä hypermarket-ketjulla Muumi mukin hinta on ehdotuksemme mukainen viikon 6 aikana. Kyltittömällä puolella 2 merkittävää toimijaa on allekirjoittanut sopimuksen, toinen on nostanut hintansa jo taloissa ja kyselee nyt missä mennään muiden asiakkaiden kanssa. Toinen on nostamassa hintansa helmikuun alussa, sillä sopimus on allekirjoitettu. Muiden kyltittömien asiakkaiden kanssa neuvotteluissa ollaan jo pitkällä ja he seuraavat nyt tässä tilanteessa kyltillisten ketjujen esimerkkiä.

Toivoisinkin, että kaikki ketjuasiakkaamme antaisivat esimerkkiä samassa aikataulussa, jotta yhteinen tavoitteemme on saavutettavissa.”

S-ryhmä vastaa tähän viestiin 30.1.2007:

”X on tämän viikon matkalla joten emme voi tähän antaa mitään vastausta, ennen kuin olemme keskustelleet hänen kanssaan.<sup>122</sup> Sopisiko teille, että keskustelemme tämän asian kausimyyntipalaverissa.”

153. Tradeka vahvisti Iittalalle sähköpostitse 30.1.2007 Muumi-mukien hinnannuutoksen:<sup>123</sup>

”p.s. muutimme Muumi-mukin hinnan 13.50:een 6.2. alkaen.”

154. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 30.1.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä Iittalan piiripäälliköille, muille avainasiakas-

<sup>121</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 146.

<sup>122</sup> Siltä osin kun suorissa lainauksissa esiintyy henkilöiden etu- ja sukunimet ne ovat korvattu merkinnällä X.

<sup>123</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 147.

päälliköille ja vähittäiskaupan myyntipäälliköille todetaan Muumi-mukien hinnoittelusta:<sup>124</sup>

”Moi piiripäälliköt,

Kärsivällisyyttä vaaditaan yhä suunnasta jos toisestakin tässä asiassa. Keskustelu käy vilkkaana. Kiusallista on, että aikataulu venyy joidenkin asiakkaiden kohdalla. Ensi viikolla tapaamme kaikki ketjuasiakkaamme ja toivon, että viimeistään saadaan lopullinen vastaus myös CM:ltä ja Prismalta.

Tällä hetkellä tieto ketjupäästä on seuraava:

- Stockmann hinta 14,90 eur (nousee tähän, jos ei kaikkialla taloissa vielä näy?)
- Sokos hinta 13,90 eur (toistaiseksi voimassa)
- Anttila + Kodin 1 hinta 14,00 eur (nousee 7.2. alkaen)
- Euromarket hinta nousee jakelusopimuksen tasoon (nousee 6.2. alkaen, huom. muutos ei siis mene maaliskuun alkuun kuten aiemmin ilmoitin)
- CM odotan vastausta viestiini ja tietoa päivämäärästä, ketju sitoutunut hintatason korjaukseen, kunhan kaikki lähtevät mukaan
- Prisma odotan vastausta viestiini ja tietoa päivämäärästä, ketju sitoutunut hintatason korjaukseen, kunhan kaikki lähtevät mukaan

Tilanne kyltittömällä puolella:

- Keskinen sovittu toistaiseksi toimituskielto, kunnes sopimus allekirjoitettu.
- Minimani sovittu toistaiseksi toimituskielto, kunnes sopimus allekirjoitettu.
- Kokkolan HH allekirjoittanut sopimuksen, mutta hinnat eivät vielä näy myymälöissä.
- Tokmanni allekirjoittanut sopimuksen ja nostanut hintansa = hienoa!

Näkyvätkö hinnankorotukset jo Tarjoustalossa? CM:ltä tuli viesti hinta edelleen 9,99 eur?”

Tähän viestiin yksi piiripäälliköistä vastaa 30.1.2007 kaikille:

”Halpa-Halli nostaa 1.2. ja Kärkkäinen on jo nostanut, samaten Tampereen Säästötex. Halpa-Hallin Jukka oli käynyt viime torstaina kierroksella ja kun ei ollut muillakaan uusia hintoja niin ei hänkään pitänyt kiirettä. Mulla on jokunen pieni narikka vielä hoitamatta, mutta tehdään kun ehditään.”

---

<sup>124</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 148.

155. Myös Keskon kohdalla Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö palasi aiempaan viestiinsä Muumi-tuotteiden hintatasosta sähköpostitse 30.1.2007:<sup>125</sup>

”Vielä palaan aiempaan viestiini Muumi mukien hintatasosta: olen saanut tällä viikolla tiedoksi, että kaikilla tavarataloketjuillemme sekä yhdellä hypermarket-ketjulla Muumi mukin hinta on ehdotuksemme mukainen viikon 6 aikana. Kyltittömällä puolella 2 merkittävää toimijaa on allekirjoittanut sopimuksen, toinen on nostanut hintansa jo taloissa ja kyselee nyt missä mennään muiden asiakkaiden kanssa. Toinen on nostamassa hintansa helmikuun alussa, sillä sopimus on allekirjoitettu. Muiden kyltittömien asiakkaiden kanssa neuvotteluissa ollaan jo pitkällä ja he seuraavat nyt tässä tilanteessa kyltillisten ketjujen esimerkkiä.

Toivoisinkin, että kaikki ketjuasiakkaamme antaisivat esimerkkiä samassa aikataulussa, jotta yhteinen tavoitteemme on saavutettavissa.”

Keskon vastaa tähän viestiin 31.1.2007:

”Tarkistin tilanteen kilpailijaltamme eilen ja hinta oli edelleen 11,90 €. Odottelemme vkoon 6 josko he lunastaisivat lupauksensa.”

156. Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö kirjoittaa 1.2.2007 Keskolle seuraavaa:<sup>126</sup>

”Tarkistimme juuri asian kentältä. X meillä hoitaa Tarjoustaloa ja hän on eilen käynyt Muumi hinnoittelun heidän kanssaan läpi ja hinta tulee nousemaan vielä tällä viikolla - näin sieltä oli luvattu.”<sup>127</sup>

157. Sähköpostiviestissä 2.2.2007 Tokmannilta Iittalan piiripäällikölle todetaan:<sup>128</sup>

”Tässä asiakaspalautetta, olen vastannut että noudatamme Iittalan suositushintoja.

**PALAUTETTA PALAUTELOMAKKEELTA**

Olin todella ällistynyt ja lopulta vihainen huomattuani tänään, et-

<sup>125</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 149.

<sup>126</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 150.

<sup>127</sup> Siltä osin kun suorissa lainauksissa esiintyy henkilöiden etu- ja sukunimet ne ovat korvattu merkinnällä X.

<sup>128</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 151.

tä Arabian muumimukien hintaa oli nostettu lähes 4 euroa kpl!!!  
Tosi törkeää hinnan tarkistusta!!! Mistä moinen juttu??"

Piiripäällikkö lähetti viestin tiedoksi Iittalan sisällä vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja avainasiakaspäälliköille kommentoiden:

"Tällasta palautetta voi varmaankin alkaa tulla halpiksien asiakailta."

158. Sähköpostiviestissä 2.2.2007 Stockmann toteaa Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle Muumi-mukien hinnoittelusta Stockmannin Hulluilla päivillä:<sup>129</sup>

"Sokoksilla on kantiksessa muumit nyt 11,10, joten en voi valitettavasti myydä muumeja yli 10,50 EUR Hulluilla päivillä, muuten koko kampanja vesittyy. Meidän normaalihintamme on nyt 14,90 ja esim. Sokos ilmoittaa vieläkin 13,90 EUR."

Tähän avainasiakaspäällikkö vastaa 2.2.2007:

"Sokoksella Muumi mukin normaalihinta on 13,90 eur, josta ovat tehneet -20% sokosetutarjouksen. Tämä on linjassa mitä olemme sopineet kaikkien asiakkaiden kanssa (liitteenä jakelusopimus) Eli olemme sopineet, että suositushinnasta asiakas voi poiketa -10% ja hyllyssä olevasta normaalihinnasta asiakas voi antaa max -25% kampanjaalennuksen kuluttajalle (liite).

Tästähän puhuimme, että Hulluilla Päivilläkin sovelletaan samaa hinnoittelupolitiikkaa Muumien osalta."

Tähän Stockmann kommentoi edelleen 5.2.2007:

"Otaen huomioon HP:n brändinä, ei meillä ole muuta mahdollisuutta kuin hinta 10,50 €, jotta pysymme kampanjassamme vakavasti otettavina. Normaali myyntihintamme on kuitenkin nyt 14,90 €, jolloin seuraamme suositushintaa."

Tähän avainasiakaspäällikkö kommentoi kuitenkin 8.2.2007:

"Olen pahoillani, että palaan vasta viiveellä viestiisi. Toivon, että Hulluilla Päivillä voimme soveltaa kaikille asiakkaille samoja pelisääntöjä Muumi hinnoittelun osalta, jotta yleinen hintataso korjaantuu kevään aikana kaikkien eduksi niin normaalihinnassa kuin kampanjoinnissakin. Tästä olemme lähteneet kaikkien asiakkai-

---

<sup>129</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 152.



den kanssa ja näillä ehdoilla olen tarjonnut mukit myös HP kampanjaan.

Eli kuten liitteessä, toivon hinnoittelun olevan yhteisten tavoitteidemme mukaiset siten, että normaalihinta poikkeavuus max -10% suositushinnasta: teillä 14,90 eur hyllyhintana on sama kuin suositushinta eli ok.

Kampanjahinta mukaanlukien kantikset ja myös rajummat hintakampanjat kuten HP, olemme toivoneet hinnoittelun max -25% hyllyhinnasta. Uskon, että Muumi mukiaiheet ovat houkutteleva HP tuote tänäkin keväänä, vaikka hintataso olisi hieman korkeampi kuin syksyn kampanjassa.

Nyt näyttää siltä, että sekä ketjujen, että meiltä suoraan ostavien kyltittömien ketjujen hinnoittelu tulee helmikuun aikana korjaantumaa tavoitteiden mukaisesti.”

Muumi-mukin toteutunut kampanjahinta Stockmannin Hulluilla Päivillä 28.–31.3.2007 oli 10,90 euroa.<sup>130</sup>

159. Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö toteaa sähköpostiviestissään 14.2.2007 S-ryhmälle Muumi-mukin hintatasosta seuraavaa:<sup>131</sup>

”Tilanne asiakkaillamme on tällä hetkellä seuraava: Hintataso on korjattu viime viikon aikana välille 13,50–14,90. 14,90 on suositushintamme ja tätä hintatasoa noudattavat omat myymälämme sekä tavaratalot. Hypermarketasiakkaistamme yksi on muuttanut hyllyhinnaksi 13,50 viime viikolla. Kyltittömistä asiakkaistamme suurin osa on korjannut hintatonsa sovitulle tasolle. Niille kahdelle asiakkaalle, jotka eivät ole nostaneet Muumimukin hintaa, emme tällä hetkellä toimita Muumi tuotteita. Näiden asiakkaiden kanssa neuvottelut jatkuvat yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi.

Teidän pääkilpailijanne seuraa teidän tilannetta, ja odottaa teidän ratkaisuanne. He ovat ilmoittaneet olevansa valmiita korjaamaan hintatason heti teidän päätös on vahvistunut.

Olemme yhtä mieltä siitä, että parempi kate on kaikkien etu, tästähän olemme keskustelleet jo pitkään. Olisi erittäin harmillista,

<sup>130</sup> Stockmann on toimittanut 14.5.2009 virastolle taulukon, josta ilmenee tiettyjen Iittalan tuotteiden hinnoittelu kampanjoiden yhteydessä, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 37.

<sup>131</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 153.

jos tämä yhteinen tavoitteemme ei täytyisikään. Tilanne ei korjaannu ilman kaikkien sitoutumista.

Eeva kertoi että olette jutelleet asiasta ja hän oli ehdottanut, että hintaa voisi nostaa.

Meidän toive olisi että hinta nostettaisiin yhteisesti sovittuun tasoon (katso liite), niin että hinnat näkyvät myymälöissä tämän kuun loppuun mennessä. Mikäli teidän pääkilpailijanne pystyy toimimaan samassa aikataulussa, niin luuletteko että voisimme edetä tämän mukaan?

Tulen mielelläni keskustelemaan tästä asiasta lisää mikäli näin toivot.”

160. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 20.2.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö toteaa Iittalan piiripäälliköille Prisman Muumukien hinnoittelusta:<sup>132</sup>

”JIHUU!! JIHUU!!!

Prisma nostaa hinnat 1.3. alkaen Muki 13,50!”

161. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 14.3.2007 vähittäiskaupan myyntipäällikkö toteaa usealle piiripäällikölle Minimanin hinnoittelua koskien:<sup>133</sup>

”Juttelin Arin kanssa Minimanista ja hän pyysi, että teette tarkkan selonteon ongelmista joita siellä on. Lisäksi hän toivoi, että laitate myös paperille toiveet niistä asioista, joihin on muutostoivomuksia ja jos on jotain, mitä toivotte Arin ottavan esille ja vievän eteenpäin.”

Tähän viestiin yksi piiripäälliköistä vastaa 15.3.2007:

”Jakelusopparit ovat Aallon, Teeman ja KoKon osalta allekirjoitettuna, mutta hän ei noudata niitä kaikilta osin. Myöskin myivät maaliskuussa Savonian 24-os. settiä ”hyvällä tarjouksella” 44,90 - 20% kierrätysetu. Muut asiakkaat olivat tästä kovasti näreissään.

Vuosisopimus on vaiheessa, kun hän ei suostu ottamaan meitä Ranen kanssa vastaan. Ensimmäinen vaihe otettiin jo käyttöön joulukuussa, kun Rane lähetti hänelle alustavan tarjouksen tulevasta sopimuksesta. Myöskään Muumi- ja 24 H sopimukset ovat

---

<sup>132</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 154.

<sup>133</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 104.

vaiheessa ja olen myös lopettanut ko. sarjojen toimittamisen Minimaneille.”

Vähittäiskaupan myyntipäällikkö välitti tämän kommentin 19.3.2007 sähköpostitse eteenpäin kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle.

162. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 20.4.2007 piiripäällikkö toteaa Iittalan avainasiakaspäälliköille otsikolla ”Hintavirheitä” seuraavaa:<sup>134</sup>

”Prismoissa pitäisi saada hinnat kohdilleen, ettei asiat pääse riistäytymään käsistä ja villit seuraamaan esimerkkiä.

[...]

Muumi: lasit 4-p 19,90 pitäis olla 21,20; molemmat lautaset 16,90 pitäis olla 17; astiastot 36,50 pitäis olla 36,90; seinätaulut 14,90 pitäis olla 15,70; kahvilusikat 2-p 10,90 pitäis olla 11,60; kahvilusikat 4-p 19,90 pitäis olla 21,10; baby aterimet 11,50 pitäis olla 12,50.

Osassa pieniä virheitä, mutta jos kaikki hinnoittelevat noin, niin ollaan ennen pitkää samassa tilaneessa kuin ennen jakelutiesopimuksia. Toivottavasti saatte hinnat muutettua.”

163. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 10.8.2007 Iittalan PR- ja markkinointikoordinaattori tiedustelee Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä:<sup>135</sup>

”BtoB:n asiakas Suuri Suomalainen Kirjakerho ottaa ehkä MGM-lahjaksi Muumi Lumilyhty mukia.

Mutta, entä jos he haluavat myydä sitä kirjakerhon jäsenille, Lea pyysi kysymään sinulta mikä on jakelutiesopimuksen mukaan voisi olla ulosmyyntihinta SSKK:lla?”

Avainasiakaspäällikkö vastaa tiedusteluun 10.8.2007

”Laitan sinulle liitteenä Muumi jakelutiesopimuksen. Lumilyhty mukin hintahan on 19,90, josta asiakas voi antaa hyllyhintaan - 10% Kampanjassa, jonka kesto max 1 kk, alin mahdollinen hinta on siis 14,90.”

---

<sup>134</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 105.

<sup>135</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 155.

164. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 1.10.2007 yksi piiripäälliköistä toteaa muille piiripäälliköille ja Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle:<sup>136</sup>

”Onko Prismoilla Muumi edelleen jossain kampanjassa, kun hyllyssä on hintana 10,90 alkaen 1.8. Eräs asiakkaani vaan kommentoi, samoin miten on KoKo mukien hinnoittelun laita, hyllyssä 9,60. Kampanja vai ei? Näitä tapauksia alkaa olla liikaa eikö näihion vois puuttua jo tiukemmin!”

Johon avainasiakaspäällikkö 2.10.2007 vastaa:

”Kiitokset Kimmo tiedosta! Keskustelua on käyty ja käydään edelleen niin kauan kunnes asia korjaantuu.”

165. Sähköpostiviestissä 2.10.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö toteaa S-ryhmälle sekä Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle Muumin ja KoKon hinnoittelusta seuraavasti:<sup>137</sup>

”Palaisin vielä Muumi ja KoKo hinnoitteluun myymälöissä. Kuten toukokuussa kirjoitin, olemme päässeet yhteisymmärrykseen Vaasa, Pietarsaari, Kokkola alueella toimivan kilpailijanne kanssa hinnoitteluasioissa.

Tämän vuoksi olisin mielelläni toivonut myös teidän tarkistavan hinnoittelua Muumissa ja KoKossa. Edelleen hyllyhintanne on Muumi mukissa 10,90 (ovh 14,90) ja KoKo muki 9,60 (ovh 10,50).

Palaathan Eeva tähän. Keskustelisin mielelläni asiasta kanssasi.”

Viestin perään oli liitetty S-ryhmälle 23.5.2007 lähetetty viesti:

”Olemme päässeet yhteisymmärrykseen Vaasa, Pietarsaari, Kokkola alueella toimivan kilpailijanne kanssa hinnoitteluasioissa. Piiripäällikkömme vastaa kyseisestä asiakkuudesta, ja tilanne kentällä on jo korjaantunut näissä asioissa.

Halusin kertoa tämän teille sen vuoksi, jotta voitte informoida ko alueella olevia myymälöitänne. Näin ollen, voinko olettaa, että Muumi ja KoKo tuotteiden hinnat päivittyvät toivotulle tasolle myös teidän myymälöissänne?”

166. Sähköpostiviestissä 3.10.2007 Kesko kysyy Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä.<sup>138</sup>

<sup>136</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 156.

<sup>137</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 74.

”Onko Muumin hintasopimus lakannut toimimasta? Prisman hyllyssä on 10,90 €. Paras myyntisesonki tulossa, joten meillä ei kai ole muuta vaihtoehtoa, kuin seurata perässä. Palaatko pikimmiten.”

Tähän avainasiakaspäällikkö vastaa 3.10.2007:

”Muumin sopimukseen ei ole tullut mitään muutoksia. Selvittelen asiaa ja palailen myöhemmin.”

167. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 4.10.2007 Arabia-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan:<sup>139</sup>

”Mitäs tehdään, Prismalla on Muumi muki ollut elokuusta asti tarjouksessa muutaakseni hintaan 10,90.

Nyt Kimmo on vaikeassa tilanteessa villien kanssa ja myös CM on ottanut minuun yhteyttä asiasta. CM:n mukaan myös Mini-manin hinta Muuki mukille on 9,90.

Juttelin Ullan kanssa ja he nostavat hinnan 1.11. 13,40. Tammi-kuussa tilanne tarkastetaan heillä jälleen.

Koska Prismalla ei käytetä sahaavaa hinnoittelua, niin nämä ”kampanjat” venyvät turhan pitkiksi. Elokuussa muutettu hinta johtuu Mukin yleisestä hintatasosta silloin.

Minulta loppuvat nyt keinot. CM ”vapauttaa” myös hinnoittelun, mikäli Prismaa ei saada ”kuriin”.”

168. Sähköpostiviestissä 4.10.2007 Keskolta Iittalan Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle kysytään Muumi-mukin hinnasta:<sup>140</sup>

”Meillä on tänään osastopäälliköt koolla tutustumassa joulun tuotteisiin ja sain heiltä palautetta Muumi mukin hinnasta. Eli Prisman hinta on 10,90 kuten jo kerroinkin sinulle. Mini Mani myy mukia 9,90 €! Palataan pikimmiten mitä tehdään. Loppuuko näille ”rikkureille” tavaran toimitukset vai lähdemmekö me mukaan kiihtyvään kisaan?”

169. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 10.10.2007 piiripäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Prisman hinnoittelusta Muumi-mukien osalta:<sup>141</sup>

---

<sup>138</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 157.

<sup>139</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 158.

<sup>140</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 159.

<sup>141</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 160.

”Voisitko tarkistaa Prismalta onko heidän hintansa 15,90 hylly-  
vai kamp.hinta. Jos jälkimmäinen, niin ok, mutta hinta ei voi olla  
jouluun asti. Jos ensimmäinen, niin pahasti pielessä, 17,90 alin  
hyllyhintaa.

Nyt pitää reagoida nopeasti, kaikille asiakkaille on tuotteet men-  
neet viime viikolla ja hinnoittelu menee ”metsään”. Jos yksi ei  
noudata sopimuksia, niin miten voimme vaatia viltteiltä sovittua  
hintatasoa.”

Avainasiakaspäällikkö vastaa tähän viestiin samana päivänä 10.10.2007:

”Juttelimme viimeksi eilen vakavasti Prisman ostajan kanssa  
Muumi mukien hinnoittelusta. Harmillista on, että ostaja ei päästä  
tätä hinnoitteluasiaa heillä, vaan Prisman ”ylin johto” on sanonut  
sanansa.

Minna on luvannut olla tänään yhteydessä ylemmälle tasolle. Mi-  
nulla ei enää rahkeet riitä tässä asiassa. Päätökset Muumi mukin  
hinnoittelusta on heillä tehty toukokuussa (meille ei infoa asiasta)  
ja nyt elämme tätä päivää.

Asia on kuitenkin meillä vahvasti tapetilla, jutellaan tästä lisää  
perjantaina.”

170. Sähköpostiviestissä 15.10.2007 Keskolta Iittalan Arabia-tavaramerkistä  
vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan seuraavaa:<sup>142</sup>

”Lisäksi mehän taidamme olla tällä hetkellä ainoat asiakkaat, jotka  
noudattavat vielä Muumin hinnoitteluakin. Pitäisi kai sekin jolla-  
kin tavalla ottaa huomioon hinnoittelussa.”

171. Sähköpostiviestissä 26.10.2007 Keskolta Iittalan avainasiakaspäälliköille ja  
vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan seuraavaa:<sup>143</sup>

”Ja se toinen sopimus on tietysti Muumin jakelutiesopimus, joka  
on meille aivan erityisen tärkeä. Olen jo useamman viikon aikana  
laittanut Pirjo sinulle viestiä kilpailijamme hintatasosta ja tiedus-  
tellut miten edetään meidän oman hinnoittelun suhteen. Olemme  
todella kiltisti pysytelleet sopimuksen mukaisessa normaali- ja  
kampanjahinnoittelussa, mutta edelleenkin kilpailijallamme on  
10,90 € hyllynreunahinta. Se ei ole lupauksista huolimatta nous-  
sut. No meille tulee kyllä kampanjahinta Muumille BRS 47 ja

<sup>142</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 161.

<sup>143</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 162.

K50, joten isketään takaisin. Mutta sehän ei poista kysymystä, että mitä tuleman pitää kilpailijalla, jotta sopimuksen noudattaminen olisi meilläkin mahdollista. Muumin sopimuksessahan ei ole rajoitettua kampanja-aikaa, jolloin hinnastohinnan voi alittaa -10% + -25% alella. joten onko nyt siis suotava, että laitamme hyllynreunaan tämän maximi alen pyöristettynä mielellään alas-päin, jotta olemme kilpailussa mukana? Voimmehan mekin myydä ilman kanta-asiakastarjousta pysyvästi edullista Muumimukia jokin valikoimajakson ajan?

Tällaisia mietteitä tällä kertaa. En voi tehdä päätöstä noudattaa orjallisesti yhtä sopimusta, jos se ei ole muillekin käytäntönä ja jos sitä ei kaikilta vaadita."

172. Sähköpostiviestissä 1.11.2007 Keskolta Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan seuraavaa:<sup>144</sup>

"Olemme teiltä pyytäneet muutamaan otteeseen kannoittumista Muumi -mukien aika villiin vähittäishinnoitteluun tällä hetkellä, emmekä ole saaneet tähän oikein selvää vastausta. Prismassa on hyllynreunahintana 15,90 € (siis ei kampanjahinta!) ja meillä teidän suositushintanne 19,90 €. Nyt alamme saada jopa asiakkailta palautetta meidän korkeasta hinnasta Prismaan verrattuna, joten olemme päättäneet hinnoitella lumilyhty -mukin hyllynreunahinnalla 17,90 €, mikä hinta siis pysyy asettamissanne -10% rajoissa.

Lisäksi annamme taloilleme paikkakuntaکوhtaisesti tilaisuuden laittaa muki kilpailutilanteesta riippuen plussakortilla kampanjahintaan 13,90 €. Ja koko ketjuna kampanjoimme tällä kampanjahinnalla (plussakorttitarjous) 13,90 (17,90) ajalla 22.11.-24.12. Ketjumme on varannut mukia 20 000 kpl, jossa on vielä melkoisesti myytävää, joten emme voi olla hinnassa pitkänä.

Muita muumimukeja myydään Minimani -ketjussa jouluun saakka 10,- => heidän myymälöissään on tiedote asiasta, Prismalla hyllynreunahintana 10,90, mitä konkreettista aiotte tehdä asialle?"

Vähittäiskaupan myyntipäällikkö vastaa 1.11.2007:

"Olemme kaikille asiakkaillemme suositelleet Muumi mukin suositushinnan käyttöä mutta valitettavasti kaikkialla tämä ei toteudu. Olemme pahoillamme tästä. Tämä ei ole meidänkään tahtotilan

---

<sup>144</sup> Keskon 31.3.2009 virastolle toimittama asiakirja, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 163.

mukaista mutta emme valitettavasti voi vaikuttaa asiakkaittemme hinnoitteluun."

Kesko vastaa edelliseen 2.11.2007:

"Näinhän se on, ettette voi muuta kuin suositella ja tarkoituksennehan oli alun perin saada ns. villit ja vapaat kuriin, etteivät polje hintojanne ja että kaikki osapuolet saisivat tuotteista maksimaalisen tuoton.

Toivomme nyt siis mekin, että keskustelut meidän ketjumme vähittäishinnoittelusta päättyvät tähän ja te turvaatte meille vuoden tärkeimmän sesongin saatavuuden. Mehän taidamme olla sieltä "kilteimmistä" päästä hinnoittelun suhteen?"

#### 7.2.5 24h-tuotteet

173. 24h-tuotesarjan kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaehtoon sisältyvän sopimuksen vuonna 2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päiväykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Iittala laati 24h-tuotesarjasta määrähintaehtoon sisältyvän sopimuksen vielä vuodelle 2008.
174. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely 24h-tuotteiden osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjäin, jotka eivät allekirjoittaneet varsinaista määrähintaehtoon sisältyvää sopimusta.
175. Iittalan vähittäiskaupan VK & Shops suunnittelupalaverin 2.10.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan jakelutiesopimusten osalta:<sup>145</sup>

”Jakelutiesopimukset olemassa seuraaville tuoteryhmille

[...]

ARABIA

24h valkoinen ja värilliset osat

– 24h uudet värit käsitellään uutuutena, ei line extension tuotteena. (Jakelutiesopimuksessa määritelty että 24h uudet värit ovat rajujen hintakampanjoiden ulkopuolella, valkoinen 24h voi olla mukana rajuisissa hintakampanjoissa.)”

176. Arabia-tavaramerkin markkinointipäällikkö lähetti 4.10.2006 Iittalan piiri-päälliköille ja usealle muulle päällikölle sisäisen sähköpostiviestin, jonka

---

<sup>145</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 164.



liitteenä olivat kampanjapelisäännöt/rajut hintakampanjat vuodelle 2007 Arabia-tavaramerkin osalta. Liitteenä olleen taulukon mukaan rajuilta (yli 20 % kampanja-ale) hintakampanjoilta rauhoitettuja olivat mm. 24h -sarjan värilliset osat (31.12.2008 saakka) ja lisäksi 24h valkoinen oli taulukon mukaan määritellyin osin rauhoitettu.<sup>146</sup>

177. Iittalan myyntikokouksen 27.10.2006 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan:<sup>147</sup>

”-CM:n Teeman alehinnoittelu on aiheuttanut närää muiden asiakkaiden keskuudessa. Muille asiakkaille täytyy vain vakuuttaa, että saamme jatkossa myös CM:n ”ruotuun”.  
-Kilpailuvirasto selvittää jakelutiesopimusten laillisuutta, vastauksia saadaan ensi vuoden puolella.  
-Jakelutiesopimuksia käytetään ihan entiseen tapaan, 24h ja Muumit myydään jakelutiesopimuksen kanssa.  
-Kaikkien ketjujen myynti on plussalla ja vastaavasti kaikki villit miinuksella. Tämä kieli siitä, että hintatason yhtenäistäminen on lisännyt myyntiä ketjuissa ja vastaavasti villeiltä tavara ei liiku yhtä hyvin ulos ilman alennuksia.”

178. Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön vähittäiskaupan myyntipäällikölle laatimassa vähittäiskaupan jaksoarvioinnissa marraskuu 2006 todetaan jakelutiesopimuksista:<sup>148</sup>

“Uudet jakelutiesopimukset 24h, Muumi käyty läpi kaikkien ketjujen kanssa, mutta ei allekirjoitettu, sisällöstä ollaan päästy yksimielisyyteen, keskustelu jatkuu.”

179. Sähköpostiviestissä 30.1.2007 Tradekalta Arabia-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan 24h-sarjan hinnoittelusta:<sup>149</sup>

”Toinen asia, johon tänään havahduin kauhukseni oli 24h:n jakelutiesopimus. Se tuli esille ostoehdotuksessamme Minnan sivulauseessa ja tajusin, että olen jättänyt sen huomioimatta hinnoitellessani tuotteita. Nyt on käynyt siis niin, että 3:ssa tuotteessa on suositushinnoittelua alempi hinnoittelu, 2 muuta ovat ok eli -10% rajoissa.

Meillä on ollut erittäin suuri ongelma 24h hintojen siirtymisessä eivätkä ne osin vieläkään ole siirtyneet. Myymälät ovat aivan hermona tämän asian kanssa. Voimmeko tehdä niin, että hinnan-

<sup>146</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 165.

<sup>147</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 166.

<sup>148</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 126.

<sup>149</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 147.

korjaus noiden 3 tuotteen osalta tehdään vasta 6.2., jotta myymälät saavat vähän vetää henkeä. Jos nyt näiden kaikkien hintasiirto-ongelmien lisäksi tulee uudet hintalaput heti ensimmäisten perään, myymäläväki pillastuu.

Kävisikö tällainen aikalisä hintojen osalta? Meillä olisi ns. 'väärät' hinnat osassa tuotteita jonkin aikaa."

Tähän viestiin avainasiakaspäällikkö vastaa 31.1.2007:

"Harmi, että 24h hinnoittelu tuottaa teille lisätyötä. 6.2. on jo ensi viikolla eli on ok, jos hinnat korjataan tiistaina siten, että ovat linjassa -10% suositushinta vaihtelulla ja uudet hintamerkinnot sitten taloissa ensi viikon aikana. Tiedotan tästä kenttäämme."

Tradeka vastaa edelleen 31.1.2007:

"Mukavaa, että tämä ratkaisu on ok.

Emme tiedä, mistä uusien 24h –tuotteiden hintojen siirtymisen ongelmat johtuvat: niitä on ollut jo 2 viikon ajan 3 asiantuntijan porukka selvittämässä, mutta vieläkkään hinnat eivät ole siirtyneet? Jos ne nyt esim. tänään olisivat viimein siirtyneet ja henkilökunta laputtaisi hyllyt uusilla hintalapuilla, olisi varmasti raivostuttavaa joutua tekemään se heti huomenaamulla uudelleen, joten jäädyt-  
telemme tunteita viikonlopun yli ja kerromme hintojen korjauksesta ensi viikolla. Tämä oli minun moka, kun olin unohtanut jakelutiesopimuksen jostain syystä kokonaan. Onneksi vain 3 tuotetta kaippaa tarkennusta hintaan, ruokalautanen ja leipälautanen olivat muistaakseni ok."

180. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 14.3.2007 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä piiripäälliköille todetaan Minimanin hinnoittelua koskien:<sup>150</sup>

"Juttelin Arin kanssa Minimanista ja hän pyysi, että teette tarkan selonteon ongelmista joita siellä on. Lisäksi hän toivoi, että laitate myös paperille toiveet niistä asioista, joihin on muutostoivomuksia ja jos on jotain, mitä toivotte Arin ottavan esille ja vievän eteenpäin."

Yksi piiripäälliköistä vastaa tähän viestiin 15.3.2007:

"Jakelusopparit ovat Aallon, Teeman ja KoKon osalta allekirjoitettuna, mutta hän ei noudata niitä kaikilta osin. Myöskin myyvät

---

<sup>150</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 104.

maaliskuussa Savonian 24-os. settiä ”hyvällä tarjouksella” 44,90 - 20% kierrätysetu. Muut asiakkaat olivat tästä kovasti näreissään.

Vuosisopimus on vaiheessa, kun hän ei suostu ottamaan meitä Ranen kanssa vastaan. Ensimmäinen vaihe otettiin jo käyttöön joulukuussa, kun Rane lähetti hänelle alustavan tarjouksen tulevasta sopimuksesta. Myöskään Muumi- ja 24 H sopimukset ovat vaiheessa ja olen myös lopettanut ko. sarjojen toimittamisen Minimaneille.”

Vähittäiskaupan myyntipäällikkö välitti tämän kommentin 19.3.2007 sähköpostitse eteenpäin kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle.

181. Stockmannin sisäisessä sähköpostiviestissä 17.9.2007 todetaan:<sup>151</sup>

”Euromarket kampanjoi Ote laseja -20% ja 24h -25% alennuksilla, lisäksi Halpa Hallissa 24h samalla -25% alennuksella.”

Kyseinen viesti lähetettiin Stockmannilta 18.9.2007 eteenpäin Iittalan avainasiakaspäälliköille ja vähittäiskaupan myyntipäällikölle otsikolla ”kilpailijoiden hinnoittelusta”. Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö vastasi viestiin 18.9.2007 seuraavasti:

”24h sarjaa voi kampanjoida normaalisti kanta-asiakastarjouksessa. Teillähän 24 h oli kantikassa syyskuussa. Maximi alennus, minkä kuluttajalle voi myöntää ko sarjasta kampanjassa/toimenpiteessä on jakelusopimuksemme mukaan -25 %, ja kampanja/toimenpide voi olla kestoltaan maksimissaan kuukauden mittainen. Tämä jakelusopimus koskee kaikkia 24 h sarjan jälleenmyyjiamme.

Euromarketin kampanja on ihan normaali kanta-asiakastarjous ja noudattaa yllä olevia raameja.”

182. Sähköpostiviestissä 3.10.2007 Stockmannilta Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja avainasiakaspäälliköille todetaan Anttilan hinnoittelusta:<sup>152</sup>

”Viitaten ao. kirjeenvaihtoon Helsingin keskustassa, Anttilat eivät siis käytä teidän suositushinnastoja, vaan tuotteiden lähtöhinnat ovat alhaisemmat kuin meillä...:(... ja kampanja harmittavasti samassa kuussa meidän kanssamme.”

---

<sup>151</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 167.

<sup>152</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 168.

Sähköpostiin oli liitetty 2.10.2007 lähetetty Stockmannin sisäinen sähköpostiviesti:

”oheinen tiedoksi eli hyvitimme asiakkaalle meidän ja anttilan välisen eron. Kyseessä 24 H joka kantis tarjous syyskuussa, samaan aikaan -20% antiilassa, mutta heillä lähtöhinta alhaisempi, niin asiakas halusi hyvityksen.”

#### 7.2.6 Kivi- ja Mariskooli-tuotteet

183. Kivi- ja Mariskooli-tuotteiden kohdalla useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet määrähintaedon sisältävän sopimuksen vuosina 2006 ja 2007. Sopimuksia ovat allekirjoittaneet pääasiassa halpamyymälät ja erikoisliikkeet. Sopimuksia allekirjoittaneet yritykset ja sopimusten päivitykset ovat yksilöity edellä kappaleessa 47.
184. Seuraavassa esitetään lainauksia asiakirjanäytöstä siltä osin kuin niistä ilmenee Iittalan menettely Kivi- ja Mariskooli-tuotteiden osalta myös suhteessa niihin jälleenmyyjäin, jotka eivät allekirjoittaneet varsinaista määrähintaedon sisältävää sopimusta. Kyseiset tuotteet esitetään tässä jaksossa yhdessä, koska niihin viitataan lähes aina samoissa sähköpostiviesteissä.
185. Iittalan Stockmannissa 16.3.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan:<sup>153</sup>

”Syksyn 2005 HP’lle tulee Kivi 3-pack (kirkas, harmaa ja sininen samassa paketissa) määrä [poistettu liikesalaisuutena]. Anne hyväksyi kuluttajahinnan -20 % max.”

186. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.4.2005 päivityssä pöytäkirjassa kohdassa Iittala kampanjakalenteri / syksy todetaan:<sup>154</sup>

”Kivi 2-packien ja 3-packien ulosmyyntihintojen alennukset max. -20% kuluttajahinnasta.”

187. Sähköpostiviestissä 6.5.2005 S-ryhmältä Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Mariskoolien hinnoittelusta:<sup>155</sup>

”Nyt kyllä haluan tietää:  
meille on annettu ehdoksi Mariskoolien myynnille se, että kam-

<sup>153</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 169.

<sup>154</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 76.

<sup>155</sup> Asiakirja oli S-ryhmän viraston 11.5.2007 tekemään selvityspyyntöön 22.5.2007 toimittaman vastauksen liitteenä kohdassa 3.3. S-ryhmän vastaus on seuraamusmaksuesityksen liitteenä 13.

panjoissa tuotteen hintaa alennetaan korkeintaan 20% ohjevähittäishinnasta (=teidän hinnastohinta), ja normaali myyntihinta saa olla max 5% halvempi kuin hinnastohinta (koska meillä ei ole lahjapaketointi- ym palveluita).

Tänä aamuna luin Hesaria, ja siellä Anttila ja Kodin ykkönen mainostivat kirkasta Mariskoolia hinnalla 19,90 (heidän norm hintansa 24.90!!!!) ja vaaleansinistä 25,50 (norm hinta 31,90).

Kirkkaan hinnastohinta on 27,90, ja siitä laskien -5% hinta on 26,50. Kampanjahinta -20% hinnastohinnasta on 22,30. Vaaleansinisen hinnastohinta on 33,90, ja siitä laskien -5% hinta on 32,20. Kampanjahinta -20% hinnastohinnasta on 27,10.

Tästä asiasta on keskusteltu meidän kanssa moneen kertaan, ja olen noudattanut näitä säännöksiä pilkuntarkasti. Siitä huolimatta, että hinnoista ei tule tällä systeemillä fiksun näköisiä.

Nyt haluan tietää uudet säännöt, vai eivätkö säännöt koskekaan kaikkia yhteistyökumppaneitane??”

Avainasiakaspäällikkö vastasi tähän 6.5.2005:

”Kiitos viestistäsi. Huomasin itse saman asian tänä aamuna.

Huolimatta siitä, että olen hyvin uusi tässä työssä, olen tietoinen meidän hinnoitteluohjeistuksista tietyissä tuoteryhmissä kuten tässä tapauksessa Mariskooli. Hintaohjeistukset (+/- 5% svh'ta ja kuluttajaetu max. 20%) koskevat kaikkia yhteistyökumppaneita. Jokaisen kanssa on tiettävästi keskusteltu pitkään ja syvällisesti hyvässä yhteisymmärryksessä siitä missä rajoissa hinnoittelun tulee pysyä. Näin ollen olemme olleet siinä ymmärryksessä, että hinnoitteluohjeistus oli ymmärretty ja sitä noudatettaisiin kaikkien yhteistyökumppaneidemme taholta. Olen erityisen iloinen ja kiitollinen tästä nimenomaan teille Mari ja Eeva, sillä Prisman hinnoittelu noudattaa ohjeitamme.

Se miten tästä menemme eteenpäin, en osaa vastata. Minun täytyy keskustella Minnan kanssa millä keinoin oikaisemme mm. Anttilan ja Kodin Ykkösen hinnoittelua juuri näissä kriittisissä tuoteryhmissä.”

188. Sähköpostiviestissä 24.10.2005 S-ryhmältä Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikölle ja Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Kodin Ykkösen hinnoittelusta:<sup>156</sup>

”en nyt enää ole meidän lahjatavaravastaava [...], mutta vanhasta muistista ihmettelen taas suuresti:

Kodin ykkönen mainosti lauantain Hesarissa kirkasta Kivi-lyhtyä Plussa-korttihinnalla 9,25 kun meille annetut tiukarajat määrittelevät Kiven minimihinnaksi 10,32. Normaalihintaksi mainitaan 11,60!

Punainen (jota me emme saa myydä) menee hinnalla 19,60 (27,50 -20% =>22,00). Kodin ykkösen normaalihinta 24,50...

Onko Kodin ykkösellä erivapauksia? Alla viimekeväinen mailini Mariskoolista”.

Sähköpostiviestiin oli liitetty esityksen edellisessä kohdassa esitetty 6.5.2005 Iittalalle lähetetty sähköpostiviesti.

Tähän vähittäiskaupan myyntipäällikkö vastaa 24.10.2005:

”Hyvä huomio.

Anttilalla/Kodin Ykkösellä ei ole mitään erivapauksia ja heidän tulee toimia kuten muidenkin. En osaa näin äkkiä sanoa, mitä on tässä tapahtunut mutta otamme asian puheeksi Anttilan väen kanssa.

Tulemme luonnollisesti edellyttämään, että he toimivat sovituisissa rajoissa.”

189. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 25.10.2005 vähittäiskaupan myyntipäälliköltä Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan Anttilan hinnoittelusta:<sup>157</sup>

”Anttilan pitäisi kyllä pystyä muuttamaan hintansa heti. Ainakaan aiemmin se ei ole tuottanut ongelmia. Juttelen Lindan/Jaanan kanssa tästä sillä meillä on tiukat säännöt sekä Kiven että Mariskoolin hinnoittelun suhteen -20% maksimi alennus. Tämä on kirjattu myös meidän ja Marimekon soppariin. Anttila ei voi jatkuvasti sooloilla!”

190. Iittalan Kodin Ykkösessä 31.10.2005 tekemästä asiakaskäynnistä laaditussa käyntiraportissa todetaan hinnoittelusta:<sup>158</sup>

<sup>156</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 170.

<sup>157</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 171.

<sup>158</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 172.

”Merjan mukaan meidän tuotteiden marginaaleille pitää tehdä jokin, tai kohta he eivät voi pitää laajaa valikoimaa (viittasi vuosihtoneuvotteluihin). Mutta hinnoittelusta kommentti oli sama kuin Prismalta eli markkinahinta määrää mikä se on.”

ja edelleen:

”Mariskooli ja Kivi svh-hinnat Anttiloissa!! Jaanan kanssa keskusteltu heidän normaalihinnasta, joka aiheutti närää mm. Prismassa. Pyydetty Jaanan korjaamaan hintataso, muttei hän sitä joulu-myynnin alla tee. Vuodenvaihde seuraava ajankohta jolloin tämä voidaan tehdä! Sama koskee Mariskoolia. Merja H. ei ollut tietoinen ollenkaan Kivi & Mariskooli hinnoittelusta tai Marimekkosopimuksesta (svh -5% max.)”

191. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 15.12.2005 vähittäiskaupan myyntipäällikkö toteaa Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle koskien Mariskoolia Kodin Ykkösen yllätyspäivillä seuraavaa:<sup>159</sup>

”Tämä Mariskooli Yllätyspäiville on ihan ok – ilmoithan Jaanalle. Hinta vaan pitää olla sen maksimi -20%.”

192. Sähköpostiviestissä 3.10.2006 Tradeka kysyy Iittala-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä hinnoitteluohjeita:<sup>160</sup>

”Suunnittelen tässä joulukuun markkinointia ja ajattelin vielä varmistaa, että onhan teille ok, jos teen Mariskoolista ja Kivi tui-kusta joulukuun kantiksen – 20 % alella?”

193. Stockmannin sähköpostiviestissä 14.6.2007 Iittalalle todetaan koskien Iittalan tuotteiden hinnoittelua Stockmannin ”Hulluilla Päivillä”:<sup>161</sup>

”Tuotteet jotka olette meille tarjonneet ovat upeita ja mahdollistavat varmasti onnistuneet Hullut Päivät.  
Ongelmaksi muodostuu hinnoittelu:  
Kilpailu etenkin lasi -ja posliinituotteissa on kovaa ja kilpailijat ympärillämme rummuttavat perusviikonloppukampanjoissaan -25% alennuksia tuotteistanne. Jos olemme Hulluilla Päivillä sidottuja hinnoittelutoiveisiinne (max. -25% voimassaolevasta myymälähinnasta) luulen, että Hullut Päivät floppaa Iittalan tuotteiden osalta. Hullut Päivät on muodostunut Suomessa jo instituutioksi ja asiakkaat tietävät voivansa luottaa siihen, että emme

---

<sup>159</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 173.

<sup>160</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 174.

<sup>161</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 175.

normaalisti ”polje” hintoja, mutta Hulluilla Päivillä hintamme ovat takuuvarmasti huippuedulliset.

Haluan pelata avoimilla korteilla ja hyvässä yhteistyössä kanssanne ja ohessa Syksyn hulluille päiville ajattelemieni tuotteiden ulosmyyntihintoja, joiden toivon myös tyydyttävän teitä:”

Viestin loppuun oli listattu Stockmannin suunnittelemat kuluttajahinnat. Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö vastaa 14.6.2007:

”Hintatavoitteesi ovat puolestamme ok lukuunottamatta Mariskoolin hintaa.

Marimekko-tuotteiden osalta joudumme taipumaan Marimekkosopimuksen ehtoihin ja näin ollen emme voi hyväksyä tässä kohdassa mainitsemaasi hinnoittelua. Alin kampanjahinta on mainittu alla listassa. Teema lautasen kohdalla toivomme 10 sentin korotusta ulosmyyntihintaan.”

Mariskooli jäi pois Stockmannin syksy 2007 ”Hullut Päivät” kampanjasta.<sup>162</sup>

194. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 12.9.2007 Iittala-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä vähittäiskaupan myyntipäällikölle todetaan koskien Anttilan hinnoittelua:<sup>163</sup>

”Anttila, Kodin Ykkösen hinnoittelu on taasen repsahtanut aika tavalla:

- Teemat ok.
- Aalto teräsvati 79,90 e kun sallittu 80,10 e (norm. 89,00 e)
- Kivi lyhdyt erot sallittuihin hintoihin n. 2-3 euroa edullisemmat
- Mariskooli erot sallittuihin hintoihin n. 2-3 euroa edullisemmat

Tästä syystä en ole oikein innostunut kertomaan punaisten tuotteiden kuvausmahdollisuudesta, ennen kuin saisin lupausta hintojen korjaamisesta ja myös deadline milloin ne korjaantuisivat. Olen puhunut aiheesta Jaanalle niin kauan kuin muistan tätä työtä tehneeni – pian 2,5 vuotta, eikä vielä olla lähellä tavoitetasoa.

Ymmärrät varmaan että alan pikkuhiljaa hikeentyä puhumaan samasta aiheesta.”

---

<sup>162</sup> Stockmann on toimittanut 14.5.2009 virastolle taulukon, josta ilmenee tiettyjen Iittalan tuotteiden hinnoittelu kampanjoiden yhteydessä, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 37.

<sup>163</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 115.



Viesti sisältää hintavertailutaulukon Mariskoolien ja Kivi-tuotteiden osalta.

195. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 17.9.2007 erikoisliikkeistä ja halpamyymälöistä vastaavalla avainasiakaspäälliköltä Iittala-tavaramerkistä vastaavalle avainasiakaspäällikölle todetaan:<sup>164</sup>

”X Carlsonilta oli käynyt Kuopion uuden Valintatalon avajaisissa.<sup>165</sup> Oli huomannut tosi edulliset Mariskoolit hiekan ja ultramaariinin sinisinä.

Hinta oli ollut 19,90 kuluttajalle.

Meidän suositushintahan on ko tuotteille 35,90 ja jakelutiesopimuksen mukaisesti lasketuna alhaisin kuluttajatarjoushinta ko tuotteille siten 27,28 euroa.”

Tähän Iittala-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö vastaa edelleen 17.9.2007:

”joo toukokuisen kampanjan ylijäämäskooli on laitettu sopimattaan isoon aleen – olen pahoillani.

Erä ei voi olla iso kun Valtsulla ei muuen valikoimassa.”

#### 7.2.7 Muut tuotteet

196. Edellä tässä jaksossa esitetty tuotteittain aikajärjestyksessä etenevä kuvaus on laadittu niistä tuotteista, joissa se runsaan asiakirjanäytön johdosta on muodostanut loogisesti etenevän tapahtumainkulun. Seuraavassa esitetään asiakirjanäyttöä muita tuotteita koskien. Määrähintalausekkeen sisältäviä tuotekohtaisia sopimuksia on laadittu edellä esitettyjen tuotteiden lisäksi Tris-, Origo- ja Nero-tuotteista.<sup>166</sup> Seuraavassa esitettävästä asiakirjanäytöstä ilmenee Iittalan ja sen jälleenmyyjien välinen menettely Iittalan tuotteiden vähittäishinnoittelun suhteen myös muiden tuotteiden osalta kuin varsinaisen kirjallisen määrähintasopimusten kohteena olleissa tuotteissa.
197. Tässä esitettäviä tuotteita ovat Matador, Tris, Apila, Illusia, KoKo HOT, Nero, Uunikokki, Sinun lahjasi, Kartio, Lumi, Paratiisi, Heljän kokoelma, Minna Immosen kokoelma, Arctica, Seinätaulut, Kokki, Oma ja Ote.
198. Prisman ja Iittalan välisestä yhteistyöstä 13.1.2005 laaditussa muistiossa todetaan kohdassa ”Ongelmia” seuraavaa:<sup>167</sup>

”Ovh-hintataso tuotteillemme määräytyy markkinahintatason mukaan etenkin eniten hintakilpailuissa sarjoissa/tuotteista.

<sup>164</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 176.

<sup>165</sup> Siltä osin kun suorissa lainauksissa esiintyy henkilöiden etu- ja sukunimet ne ovat korvattu merkinnällä X.

<sup>166</sup> Tuotekohtaiset määrähintalausekkeen sisältävät jakelutiesopimukset ovat yksilöity jaksossa 7.1.

<sup>167</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 177.

Olemme tekemässä jakelu- ja yhteistoimintasopimuksia kaikkien asiakkaittemme kanssa ja toivomme tätä kautta saavamme hintatasoa järkiperaistettyä varsinkin ns. Ongelmatuotteiden kohdalla.”

Samassa asiakirjassa kohdassa ”Työnjako” todetaan:

”Ari hoitaa: Yhteistyön ja tapaamiset Intraden ylimmän johdon kanssa.”

199. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelupalaverin 23.3.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan:<sup>168</sup>

”Leenalle tai Meerille tietoa Miljardimarkkinoiden tuotteiden ulosmyyntihinnoista, jotta omat myymälät osaavat hinnoitella II-laatua sen mukaisesti.”

ja lisäksi Matadorin osalta:

”**Matadorille ei mitään hintatarjouksia vuoden 2005 aikana.** Ei myöskään kanta-asiakastarjouksiin 2005 aikana. Loppuvuosi myydään Matadoria uutuusarvolla, ja Matadorin ainutlaatuisilla ominaisuuksilla.”

samassa muistiossa otsikon "Iittala" alla todetaan:

”Display alennus. [poistettu liikesalaisuutena], jotta saadaan ohjattua ostot displayhin. Alennus annetaan myymälänäkyyvyydestä, alennus ei saa siirtyä jälleenmyyntihintaan.”

200. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.4.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Tris-sarjan osalta:<sup>169</sup>

”Trisin osalta ei tehdä jakelutiesopimuksia vaan todetaan, että syyssesongin, lanseerauksen aikana pitää ottaa koko valikoima sekä sitoutua hintaan.”

201. Iittalan vähittäiskaupan suunnittelukokouksen 25.5.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan todetaan Tris-sarjan osalta:<sup>170</sup>

”- Ei jakelutiesopimusta.  
- Ei villeille.  
- Herrasmiepposopimuksella pidetään huolta hinnoittelusta.”

<sup>168</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 75.

<sup>169</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 76.

<sup>170</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 58.

202. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 20.6.2005 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Apila-sarjan osalta:<sup>171</sup>

”- Laaja jakelu. Kerrotaan heti myyntivaiheessa, että jos hintatasoa ei pidetä, emme enää toimita lisää tuotteita.  
- Kauppiasesitteeseen toivomus, että kaikki sitoutuvat yhteisiin pelisääntöihin, nimenomaan hintaan.”

203. Sähköpostiviestissä 3.11.2005 Iittalan vähittäiskaupan myyntipäälliköltä Keskolle todetaan:<sup>172</sup>

”Mikäli päätätte ottaa Illusia Punaisen valikoimiin Kodin Ykkösiin (testimyynti 6 kk) voitte toki kampanjoida sillä – kunhan kampanja on sen max. kuukauden kestoinen ja alennus kuluttajalle max. -20%.”

204. Arabia-tavaramerkistä vastaavan avainasiakaspäällikön S-ryhmälle 15.2.2006 lähettämässä sähköpostiviestissä todetaan Apila-sarjan osalta:<sup>173</sup>

”Voiko kesäkuun kuvastossa Apila sarja olla koko sarjana esillä ja siten UUTUUS arvolla? Näin olen menetellyt myös muiden asiakkaiden kanssa. En sopisi vielä alea kuluttajalle, sillä kyseessä on kevään uutuuus.”

205. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä 11.4.2006 Arabia-tavaramerkistä vastaava avainasiakaspäällikkö toteaa Arabian-tavaramerkin eri tuotesarjojen kampanjapelisäännöistä seuraavaa:<sup>174</sup>

”Tässä liitteenä Arabian osalta kampanjoinnin pelisäännöt. Nämä säännöt koskevat nimenomaan rajuja, yli -20% kuluttajalle etuja.

Erikseen kanta-asiakastarjousten -20% osalta olemme vuonna 2006 sopineet seuraavasti:  
Apila, UUTUUS  
- Ei hintakampanjointia kevät 2006. Ensimmäinen kantis -20% Sokos / heinäkuu.  
Illusia Punainen, UUTUUS  
- Kantiskampanjat -20% ok  
KoKo HOT, UUTUUS  
- Ei hintakampanjointia 2006 aikana

<sup>171</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 60.

<sup>172</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 178.

<sup>173</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 179.

<sup>174</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 180.

NERO, UUTUUS

- Ei hintakampanjointia 2006 aikana

KoKo uudet värit, LINE EXTENSION

- Kantikset -20% koko sarjan kanssa ok , syyskuusta alkaen

Muumi uutuudet, LINE EXTENSION

- Kantikset -20% ok

Uunikokki lasagne, LINE EXTENSION

- Kantikset -20% ok

Sinun lahjasi uutuudet

- Exclu kantikset -20% ok

Joulun sesonkituotteet

- Pyritään noudattamaan suositushintoja, kampanjoihin annettu pienet kantiksen ja kuvastokampanjan mahdollistamat extrat, kuten 2005”

206. Iittalan vähittäiskaupan Retail & Shops suunnittelupalaverin 2.10.2006 päätöksessä pöytäkirjassa todetaan hintakampanjoiden pelisäännöistä:<sup>175</sup>

”- Rajujen hintakampanjoiden yleispelisäännöt pysyvät ennallaan.

- Kärkkäinen perustamassa nettikauppaa. Pitäisi päästä sopimukseen, että voisimme yhdessä Kärkkäisen kanssa sopia valikoimasta, mikä nettikauppaan otetaan mukaan ja että myös hintatasosta voitaisiin sopia yhdessä. Varmistettava, että he eivät käytä kuvia ilman meidän lupaa..

- Jakelutiesopimusten ohjeistukset ei saa olla ristiriidassa rajujen hintakampanjoiden sääntöjen kanssa.”

muistiossa todetaan lisäksi jakelutiesopimusten osalta seuraavaa:

”Jakelutiesopimukset olemassa seuraaville tuoteryhmille.

IITTALA

Aalto

Marimekko tuotteet (Bottna, Kivi, Mariskooli)

Teema (2 eri sopimusta: TT ja H)

Tris

ARABIA

24h valkoinen ja värilliset osat

– 24h uudet värit käsitellään uutuutena, ei line extension tuotteena. (Jakelutiesopimuksessa määritelty että 24h uudet värit ovat rajujen hintakampanjoiden ulkopuolella, valkoinen 24h voi olla mukana rajuissa hintakampanjoissa.)

KoKo

Muumit (Arabia ja Hackman tuotteet).

<sup>175</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 164.

-sesonkituotteiden mahdolliset ongelmavarastot käsitellään ta-  
pauskohtaisesti.

HACKMAN

Muumilusikat mukana Arabian Muumi-tuotteiden jakelutiesopi-  
muksessa.”

ja lisäksi muistiossa todetaan:

”Prisma ollut erittäin pettynyt, että he eivät saa ruskeaa ja oliivia  
Kartiota myyntiin, ehtona että he pitävät hintatason sekä pystyy-  
kö tehdas valmistamaan tuotteita riittävästi.”

207. Arabia-tavaramerkin markkinointipäällikkö lähetti 4.10.2006 sisäisen sähköpostiviestin piiripäälliköille, avainasiakaspäälliköille, vähittäiskaupan myyntipäälliköille ja markkinointijohtajalle otsikolla "Arabia - kampanjapelisäännöt/rajut hintakampanjat". Sähköpostiviestin liitteenä oli taulukko Arabia-tavaramerkin kampanjapelisäännöistä vuodelle 2007.<sup>176</sup>

Taulukossa on yksilöity seuraavien tuotteiden olleen rauhoitettuja rajuilta hintakampanjoilta:

- 24h-sarjan värilliset osat (31.12.2008 saakka)
- Apila (27.2.2008 saakka)
- Nero (1.9.2008 saakka)
- KoKoHOT (27.2.2008 saakka)
- Sinun lahjasi kokoelma

Näiden tuoteperheiden lisäksi määritellyin osin rauhoitettuja olivat taulukon mukaan seuraavat tuoteperheet:

- 24h valkoinen
- Illusia punainen
- KoKo
- Lumi
- Paratiisi
- Heljän kokoelma
- Minna Immonen kokoelma
- Muumit

Ilman rajoitteita ovat taulukon mukaan:

- Arctica
- Illusia (muut kuin punainen)
- Seinätaulut
- Kokki

---

<sup>176</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 165.

- Uunikokki

Taulukossa todetaan ”Kesto max 1 viikko”.

208. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä vähittäiskaupan myyntipäälliköltä 13.3.2007 kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaavalle johtajalle ja usealle kotimaan myynnin johtoryhmän jäsenelle oli liitteenä taulukko jakeluteiden rooleista.<sup>177</sup>

Taulukossa todetaan kohdassa ”hinnoittelusäännöt”:

hintaa verrattuna suositushintaan

- erikoisliikkeet +/- 5 %

- päivittäistavarakaupat ja halpamyymälät max -10 %

Molempia asiakasryhmiä koskien kampanjahinnaksi on merkitty max -20 % suositushinnasta.

209. Iittalan ”Road map – External Retail 4.4.2007” otsikoidussa vähittäiskaupan myyntipäällikön laatimassa asiakirjassa todetaan strategisen suunnitelman osalta vuosille 2008–2010:<sup>178</sup>

” [poistettu liikesalaisuutena]”

210. Iittalan Retail & Shops suunnittelupalaverin 10.9.2007 päivätyssä pöytäkirjassa todetaan Arabia tuotemerkin osalta muun muassa:<sup>179</sup>

”- Oma astiasarja rauhoitetaan alennuskampanjoista vuodeksi ja rajuista hintakampanjoista kahdeksi vuodeksi 1.10.2007 alkaen.

[...]

- KoKo pistaasi väri on line extension tuote ja voi olla mukana hintakampanjoissa. Yksi väri mahdotonta pitää erillään hintatarjouksista.

- Omissa kanavissa toivotaan, että yksittäiset uutuustuotteet jätettäisiin vuoden rauhoitusajaksi pois hintatarjouksista, voi olla mukana, jos koko sarja on tarjouksessa (lähinnä Muumi).

- Heljän kevään 2008 uutuustuotteet voivat olla mukana kantiksissa -20% (line extension tuotteita).

- KoKo HOTin saa nostaa mukaan kampanjointiin jo syksyllä 2007.

- Suositushintaklausuuli (-10%) mukaan KoKon jakelutiesopimukseen.”

Hackmanin kohdalla todetaan:

<sup>177</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 181.

<sup>178</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 182.

<sup>179</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 183.

”Matador vapautuu rajuihin hintakampanjointiin syksyllä 2007.”

ja Iittalan kohdalla:

”Iittala jakelutiesopimukset pysyvät ennallaan.”

211. Sähköpostiviestissä 2.10.2007 Iittala-tavaramerkistä vastaavalta avainasiakaspäälliköltä Tradekalle todetaan:<sup>180</sup>

”kiitos tarjouspyynnöstäsi. Kuinka monta päivää tabloit on voimassa? Teemathan ovat jo kantistarjouksessa koko marraskuun (30.11.asti). Jatkamme tätä (samoilla osilla) tabloitin voimassalolpäivämäärään asti?

Vaihtaisin mainitsemasi Ote-lasin Kartioon mieluummin – olisi-ko se sinulle ok?

Teimme kanssasi nopean ja juuri lanseerauskuukauden aikana lähdön Ote-lasilla, jota ei olettu kovin suopein silmin vastaan. Si-ten haluan vielä jättää Ote-lasin kampanjoimatta tämän vuoden puolella. Toinen vaihtoehto olisi nostaa Essence normaalipakka-ukset Teeman rinnalle joulutabloitiin.”

Tähän Tradeka vastaa 2.10.2007:

”Onko tosiaan niin, että kukaan kilpailijoistamme ei kampanjoi joulukuussa Ote’lla? Olen vähän ymmällä myös tuosta kertomas-tasi reaktiosta syyskuun lähtöömme.. en muista, että olisi ollut sellaista ohjeistusta, ettei saa kampanjoida, koska pyrin kyllä ot-tamaan sellaiset keskustelumme aina huomioon.

Entä miten on saatavuus, jos laitamme kampanjaan joka tapauk- sessa?”

212. Iittalan laatiman 11.10.2007 päivitetyn ”Asiakaskohtainen sopimustilanne” -taulukon mukaan mm. Tradekalla, Sokoksella, Stockmannilla ja Anttilan tavarataloista Oulun ja Seinäjoen tavarataloilla oli voimassa oleva sopimus seuraavien tuotteiden osalta: 24h, Muumi, KoKo, Teema, Origo, Mari-mekko-tuotteet, Aalto ja Tris. Kodin Ykkösen kohdalle oli taulukkoon merkitty vain Aalto-sarjan sopimus. Taulukkoon on merkitty sopimuksia yhteensä 116 asiakkaan kohdalle.<sup>181</sup>

---

<sup>180</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 184.

<sup>181</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteenä 185.

### 7.3 Iittalan ja sen jälleenmyyjien välinen tarjouskampanjoita koskeva menettely

213. Päivittäistavarakaupanketjuihin kuuluvien market-myymlöiden ja tavaratalojen kohdalla Iittalan käytäntönä on ollut laatia jälleenmyyjälle tarjous Excel-taulukon muodossa. Taulukoihin on yksilöity kampanjasta riippuen tarjotut tuotteet, tarjotut määrät, tukkuhinnasta annettavat perus- ja extralennukset, kampanja-aika sekä ehdot, joilla tarjous on voimassa.<sup>182</sup>
214. Osassa tarjouksista ehtona on ollut määrähinnan noudattaminen. Seuraavassa esimerkkejä taulukoissa olevista vähittäishintaan liittyvistä lausekkeista:
- ”KoKo jakelusopimus jatkuu 2007, kampanja-ale max -25% Iittala oy suositushinnasta”
  - ”Max -20 % kuluttajaetu Iittala oy suositushinnasta! Max 1 kk kesto kampanja”
  - ”HUOM! Kivi –tuikuissa maximi kuluttajaetu – 20% svh-hinnasta! Koskee yksikköpakattuja ja settipakkauksia”
  - ”24h koko sarja, -20% kuluttajaetu”
  - ”Jakelusopimus 2.1.2007 -> HINTATASO”
  - ”Max -20 % kuluttajaetu suositushinnasta! Max 1 kk kampanja. Pidetään suositushintataso kampanjan ulkopuolella voimassa”
  - ”UUTUUSHINNALLA, EI ETUA KULUTTAJALLE”
  - ”HUOM! MAX -20% ETU KULUTTAJALLE”
  - ”Kampanjahinta kuluttajalle jakelusopimuksen mukaan väh.10 eur (OVH 14,90 eur)”
215. Iittala ja sen jälleenmyyjät ovat lähettäneet kyseisiä taulukoita sähköpostien liitteinä ja molemmat sopimusosapuolet ovat merkinneet taulukkoon sovitut asioita. Tarjouksen sisällöstä yksimielisyyteen pääsyn merkiksi taulukkoon on kirjattu ”ok”.
216. Edellä mainittuja lausekkeitä on käytetty vuosina 2005–2007 useissa tuotteissa ja useiden jakelijoiden kohdalla. Lausekkeitä on käytetty seuraavissa sarjoissa: KoKo, Teema, Aalto, Muumi, 24h, Kivi, KoKoHOT, Nero, Apila, Uunikokki, Paratiisi, Illusia, Gardena, Heljä Liukko-Sundström lasi-

---

<sup>182</sup> Excel-taulukot ovat seuraamusmaksuesityksen liitteenä. Kesko liitteenä 186, S-ryhmä liitteenä 187, Stockmann liitteenä 188 ja Tradeka liitteenä 189.



taulu ja Sinun Lahjasi Kokoelma (Carambola, Tosca, Lokerovati ja Venetsia). Lausekkeita on esiintynyt Ruokakeskolle, Anttila-tavarataloille, Kodin Ykkönen -tavarataloille, Prisma-marketeille, Sokos-tavarataloille, Tradekalle ja Stockmann-tavarataloille tehdyissä tarjouksissa.

#### 7.4 Lopuksi

217. Kilpailuvirasto on tässä jaksossa esitellyt pääosilta Iittalan menettelyä koskevan näytön. Näyttö on kokonaisuudessaan seuraamusmaksuesityksen liitteenä. Seuraavassa jaksossa virasto arvioi Iittalan menettelyä kokonaisuutena sekä tässä esitetyn että muun seuraamusmaksuesityksen liitteeksi oheistetun näytön pohjalta.<sup>183</sup>

## 8 KILPAILUOIKEUDELLINEN ARVIO

### 8.1 Relevantit markkinat

218. Merkityksellisiin tuotemerkkinoihin kuuluvat kaikki tuotteet ja palvelut, joita ostaja pitää keskenään vaihdettavissa tai korvattavissa olevina niiden ominaisuuksien, hintojen ja käyttötarkoituksen vuoksi. Merkitykselliset maantieteelliset markkinat muodostuvat alueesta, jolla asianomaiset yritykset ovat sitoutuneet tarjoamaan kyseisiä tavaroita ja palveluja, jolla kilpailuedellytykset ovat riittävän yhtenäiset ja joka voidaan erottaa vierekkäisistä maantieteellisistä alueista erityisesti kilpailuedellytysten huomattavan erilaisuuden perusteella. Merkitykselliset markkinat, joilla tiettyä kilpailuasiasia käsitellään, määritellään yhdistämällä tuotemarkkinat ja maantieteelliset markkinat.<sup>184</sup>
219. Tuotemarkkinat riippuvat ensi kädessä korvattavuudesta ostajan näkökulmasta. Vertikaaliset rajoitukset, kuten määrä hinta, koskevat kuitenkin useimmiten nimenomaan toimittajan ja ostajan välisen tukkukaupan lisäksi hyödykkeiden jälleenmyyntiä loppuasiakkaille. Kun kyseessä on lopputuotteiden jakelu, loppukuluttajien mieltymykset tavallisesti vaikuttavat siihen, tai jopa määräävät sen, mitkä ovat ostajan kannalta korvaavia hyödykkeitä. Jälleenmyyjänä toimiva ostaja ei voi olla ottamatta ostoihinsa huomioon loppukuluttajien mieltymyksiä.<sup>185</sup>
220. Arvioitaessa vertikaalisia sopimuksia tulee huomioida markkinat kaikilla niillä kaupan portailla, joihin sopimuksen rajoitukset vaikuttavat. Lopputuotteiden tapauksessa toimittajan ja ostajan välisiin markkinoihin keskit-

<sup>183</sup> Muu kirjallinen näyttö päivämäärien mukaisessa järjestyksessä liitteinä 190–245.

<sup>184</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta, EYVL C 372/5, 9.12.1997, kohdat 7-9.

<sup>185</sup> Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 91.

tyvä analyysi ei todennäköisesti riitä, koska vertikaalisten rajoitusten kielteiset vaikutukset voivat ilmetä tuotemerkkien välisen ja/tai tuotemerkin sisäisen kilpailun vähenemisenä jälleenmyyntimarkkinoilla, eli ostajasta seuraavassa markkinavaiheessa.<sup>186</sup> Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa Iittala toimii sekä tukkumarkkinalla että vähittäismarkkinalla. Iittalan asettaman määrähinnan vaikutus ilmenee erityisesti vähittäismarkkinalla, koska rajoituksella on pyritty nostamaan kuluttajahintoja.

221. Arvioitaessa yrityksen markkinaosuutta relevanteilla markkinoilla huomioon tulee ottaa myös yrityksen integroiduille jakelijoilleen jälleenmyyntiä varten toimitetut tavarat.<sup>187</sup> Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa tämä merkitsee, että Iittalan markkinaosuutta arvioitaessa huomioon tulee ottaa sekä Iittalan ulkopuolisten jälleenmyyjien että Iittalan omien myymälöiden yhteenlaskettu markkinaosuus vähittäismarkkinalla.
222. Iittala on aiemmin yrityskaupan yhteydessä ilmoittanut toimivansa kodintuotemarkkinalla, joka Iittalan käsityksen mukaan voidaan jakaa ruoanvalmistusvälineisiin, ruokailuvälineisiin ja koriste-esineisiin.<sup>188</sup> Iittalan vuosikertomuksen mukaan yrityksen markkinaosuus Suomen kodintuotemarkkinoista vuonna 2005 oli yli 50 %.<sup>189</sup>
223. Kilpailuvirasto lähetti 11.11.2008 selvityspyynnön seitsemälle Iittalan jälleenmyyjälle Iittalan markkina-aseman arvioimiseksi. Vastaaajien näkemys relevanteista tuotemarkkinoista oli pääosin yhteneväinen Iittalan arvion kanssa. Vastajaat arvioivat maantieteellisten markkinoiden olevan paikalliset tai valtakunnalliset sekä arvioivat Iittalan markkinaosuudeksi 25–50 %.<sup>190</sup>
224. Kilpailuvirasto katsoo, että rajoituksen vaikutukset tulevat arvioitavaksi ensisijaisesti kodintuotteiden vähittäismarkkinoilla Suomessa.<sup>191</sup> Esityksen kohteena olevassa tapauksessa markkinoiden tarkka määrittely ei ole tarpeen, koska kyseessä on yksi niin sanotuista vakavimmista kilpailunrajoit-

---

<sup>186</sup> Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 96 ii).

<sup>187</sup> Komission asetus (EY) N:o 2790/1999 EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin, EYVL L 336/21, 29.12.1999, 9 art. b kohta. Katso myös Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 99.

<sup>188</sup> Kilpailuviraston yrityskauppapäätös Avlis AB (Fiskars Oyj) / Iittala Group Oyj, dnro 562/81/2007, 24.7.2007.

<sup>189</sup> Iittalan 1.3.2010 vastineen mukaan arvio ei perustu kilpailuoikeudellisesti relevantteihin markkinoihin vaan kyse on lähinnä markkinointitarkoituksiin käytetystä materiaalista.

<sup>190</sup> Selvityspyynnö 11.11.2008 seuraaville jakelijoille: Lasi-Koiso Oy (vastattu 8.12.2008), Antti Airio Oy (vastattu 10.3.2009), Stockmann Oyj Abp (vastattu 28.11.2008), Tokmanni Oy (vastattu 23.2.2009), J.Kärkkäinen Oy (vastattu 13.2.2009), Kesko Oyj (vastattu 5.12.2008) ja SOK (vastattu 15.12.2008), seuraamusmaksuesityksen liitteinä 21-27.

<sup>191</sup> Iittala katsoo vastineessaan 1.3.2010 (s. 9) vastoin jälleenmyyjien ja Kilpailuviraston käsitystä markkinoiden olevan vähintään Euroopan laajuiset ja Iittalan markkinaosuuden olevan näillä markkinoilla selvästi alle 10 %.

tuksista. Tällöin sopimusosapuolten markkinaosuudella merkityksellistä markkinoista ei lähtökohtaisesti ole vaikutusta rajoituksen lainvastaisuuteen.<sup>192</sup>

## 8.2 Vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan

225. Kilpailunrajoituslain 1 a §:n mukaan mikäli kilpailunrajoitus on omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, kilpailunrajoitukseen sovelletaan kilpailunrajoituslain lisäksi Euroopan yhteisön perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklan säännöksiä (nykyinen sopimus Euroopan unionin toiminnasta (SEUT), artikkelit 101 ja 102).
226. Lain esitöissä on Euroopan yhteisöjen tuomioistuinten oikeuskäytäntöön viitaten todettu, että kilpailunrajoitus voi olla omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, kun riittävällä todennäköisyydellä voidaan ennakoita, että kilpailunrajoituksella voi olla yhteismarkkinoiden kannalta merkityksellinen välitön tai välillinen, todellinen tai potentiaalinen vaikutus jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteeseen.<sup>193</sup>
227. Esityksen kohteena olevassa tapauksessa, Iittalan ja sen jälleenmyyjien sopiessa alimmasta sallitusta vähittäismyyntihinnasta, rajoituksen vaikutukset kohdistuvat pääasiallisesti suomalaisiin kuluttajiin. Muissa jäsenmaissa Iittala toimii pääasiassa vähittäismarkkinoilla hoitaen itse valmistamiensa tuotteiden jakelun kuluttajille ja vain vähäisemmissä määrin tukkuportaalla myydessään tuotteitaan ulkomaisille jälleenmyyjille. Viraston selvitystyön yhteydessä ei ole ilmennyt, että näihin sopimussuhteisiin liittyisi määrähinnoittelua. Virasto katsoo, että menettelyllä ei todennäköisesti ole tässä tapauksessa myöskään ollut vaikutusta kilpailevien tavarantoimittajien pääsyn Suomen markkinoille.
228. Kilpailuvirasto katsoo, ettei seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa ole riittävästi aihetta todeta kilpailunrajoituksella olevan vaikutusta jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteeseen. Rajoitus ei näin ollen ole ollut omiaan vaikuttamaan merkittävästi Euroopan yhteisön jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Kilpailuvirasto soveltaa tapaukseen pelkästään kansallisen kilpailunrajoituslain 4 §:ää.
229. Kilpailunrajoituslain 4 § vastaa sisällöltään SEUT 101 artiklan 1 kohtaa ja sitä on tulkittava sen soveltamiskäytännön mukaisesti.<sup>194</sup>

---

<sup>192</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 32.

<sup>193</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 29.

<sup>194</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 31.

### 8.3 Kilpailunrajoituslain 4 §

230. Kilpailunrajoituslain 4 §:n mukaan kiellettyjä ovat sellaiset elinkeinonharjoittajien väliset sopimukset, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymien päätökset sekä elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistetut menettelytavat, joiden tarkoituksena on merkittävästi estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua tai joista seuraa, että kilpailu merkittävästi estyy, rajoittuu tai vääristyy.
231. Kilpailunrajoituslain 4 §:n 2 momentin 1 kohdan mukaan kiellettyjä ovat erityisesti sellaiset sopimukset, päätökset ja menettelytavat, joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja. Lainkohta kieltää menettelyn, jolla vahvistetaan alemman myyntiportaan jälleenmyyntihinnat esimerkiksi niin, että tavarantoimittaja määrää hintatason, jota ostajan on noudatettava.
232. Kielto ei suoraan rajoita valmistajan mahdollisuutta suositella myyntihintaa tai asettaa enimmäismyyntihintaa. Lain esitöiden mukaan myös enimmäishintojen asettaminen ja hintasuositukset ovat kuitenkin kiellettyjä, jos ne johtavat kiinteään hintaan tai vähimmäismyyntihintaan esimerkiksi jonkin osapuolen käyttämän painostuksen tai tarjoamien kannustimien vuoksi.<sup>195</sup>
233. Kun kyseessä on määrähinnan kaltainen vakavaksi katsottava kilpailunrajoitus, ei ole tarvetta erikseen osoittaa, että sillä on kilpailua rajoittava vaikutus. Määrähinnan tarkoituksena katsotaan olevan kilpailun rajoittaminen.<sup>196</sup>
234. Kuten esityksen edellisessä jaksossa 8.2 on todettu, kilpailunrajoituslain 4 § perustuu SEUT 101 artiklan 1 kohtaan ja sitä on tulkittava sen soveltamiskäytännön mukaisesti. Kyseisen artiklan mukaan yhteismarkkinoille soveltumattomia ja kiellettyjä ovat sellaiset yritysten väliset sopimukset, yritysten yhteenliittymien päätökset sekä yritysten yhdenmukaistetut menettelytavat, jotka ovat omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan ja joi-

<sup>195</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 31.

<sup>196</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 32; Markkinaoikeuden päätös Lastentarvike Oy asiassa, dnro 336/06/KR, 13.2.2009, sivut 55, 57, 59 ja 63; Markkinaoikeuden päätös Greendoor Oy asiassa, dnro 568/05/KR, 27.1.2009, sivu 29; Yhdistetyt asiat 56/64 ja 58/64 Consten and Grundig v. Komissio, [1966] ECR 299; Asia C-219/95 Ferriere Nord v. Komissio, [1997] ECR I-4411, kohdat 12, 13 ja 14; Asia T-62/98 Volkswagen v. Komissio, [2000] ECR II-2707, kohta 178; Asia T-176/95, Accinauto v. Komissio, [1999] ECR II-1635, kohta 106.

Iittala väittää vastineessaan 1.3.2010 (s. 60–62), että määrähinnoittelua koskevan sopimuksen osalta viranomaisen tulee oikeuskäytännön perusteella näyttää, että sopimuksen tarkoituksena on rajoittaa tuntuvasti kilpailua tai siitä seuraa, että kilpailu rajoittuu tuntuvasti. Väite on virheellinen. Vastineessa vedotuille oikeustapauksille, C-260/07 Pedro IV Servicios SL v. Total Espana SA (kohta 82) ja C-279/06 Cepsa v. Tobar (kohta 72: ”.. se kuuluu kuitenkin EY 81 artiklan 1 kohdassa säädetyn kiellon piiriin vain, jos sen tarkoituksena tai sen vaikutuksena on tuntuva kilpailun rajoittaminen yhteismarkkinoilla ja jos se on omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.”), ei ole annettava Iittalan väittämää merkitystä. Kyseisissä ennakkoratkaisupyynnöissä, kuten ennakkoratkaisupyynnöissä yleensäkin, yhteisöjen tuomioistuimien lausuu ensin yhteisön säädöksen tulkinnasta siltä osin kuin se on tarpeellista, jotta kansallinen tuomioistuin voi soveltaa yhteisön oikeussääntöjä ennakkoratkaisupyynnön kohteena olevaan yksittäistapaukseen ja toteaa tämän lisäksi edellä siteeratusti 81 artiklan yleiset soveltamisedellytykset.

den tarkoituksena on estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua yhteismarkkinoilla tai joista seuraa, että kilpailu estyy, rajoittuu tai vääristyy yhteismarkkinoilla. Kiellettyjä ovat erityisesti sellaiset sopimukset, päätökset ja menettelytavat, joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja.

235. Euroopan komissio on antanut asetuksen, jossa luetellaan vakavat kilpailunrajoitukset, joiden katsotaan lähes aina markkinaosuudesta riippumatta olevan EU:n kilpailusääntöjen vastaisia. Asetuksen 4 artiklan a-kohdassa mainittu vakava rajoitus koskee sopimuksia tai yhdenmukaistettuja menettelytapoja, joilla pyritään rajoittamaan ostajan mahdollisuutta asettaa oma jälleenmyyntihinta, lukuun ottamatta toimittajan mahdollisuutta asettaa enimmäismyyntihinta tai suositella myyntihintaa, edellyttäen, että nämä eivät johda kiinteään tai vähimmäismyyntihintaan jonkin osapuolen käyttämän painostuksen tai tarjoamien kannustimien vuoksi.<sup>197</sup>
236. Komission vertikaalisia sopimuksia koskevassa tiedonannossa todetaan, että ryhmäpoikkeusasetuksen 4 artiklan a alakohdassa mainittu vakava rajoitus koskee jälleenmyyntihinnan määrittämistä eli sopimuksia tai yhdenmukaistettuja menettelytapoja, joiden suorana tai epäsuorana tarkoituksena on määrätä kiinteä jälleenmyyntihinta tai vähimmäisjälleenmyyntihinta taikka kiinteä hinta- tai vähimmäishintataso, jota ostajan on noudatettava. Jos kysymyksessä ovat sopimusmääräykset tai yhdenmukaistetut menettelytavat, joissa selkeästi määrätään jälleenmyyntihinta, rajoitus on selvä. Lisäksi jälleenmyyntihinnasta epäsuorasti määrääminen on kiellettyä. Esimerkkeinä tästä ovat sopimukset, joissa määrätään enimmäisalennus, jonka jakelija voi myöntää etukäteen määrätystä hintatasosta, taikka sopimukset, joissa alennusten saaminen tai myynninedistämiskustannusten takaisinsaanti toimittajalta edellyttää määrätyn hintatason noudattamista. Sama koskee uhkauksia, varoituksia, sopimussakkoja, toimitusten viivästyttämistä ja keskeyttämistä ja sopimusten irtisanomista ellei tiettyä hintatasoa noudateta.<sup>198</sup> Komissio on todennut lisäksi sisäänvetohinnoittelun kieltämisen merkitsevän kiellettyä määrähintaa.<sup>199</sup>

### 8.3.1 Vähämerkityksellisyys

237. Kilpailunrajoituslain 4 § sisältää merkittävyyskriteerin, jonka perusteella sellaiset kilpailunrajoitukset, jotka eivät vaikuta merkittävästi kilpailuun Suomessa jäävät kyseisen lainkohdan mukaisen kiellon soveltamisalan ulkopuolelle.

<sup>197</sup> Komission asetus (EY) N:o 2790/1999 EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmään EYVL L 336/21, 29.12.1999, 4 artikla.

<sup>198</sup> Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 47.

<sup>199</sup> Komission lehdistötiedote IP/02/916 (24.6.2002) asiassa IV/C-3/37.709, B&W Loudspeakers Ltd.

238. Lain esitöissä on kuitenkin todettu, että vakavimpia kilpailunrajoituksia ei voida pitää vähämerkityksellisinä. Lain esitöissä on edelleen todettu, että muun muassa vähittäismyyntihinnan asettamista eri tuotanto- tai jakeluportaalla toimivien elinkeinonharjoittajien välisissä sopimuksissa pidetään yhtenä vakavimmista kilpailunrajoituksista.<sup>200</sup>
239. Edellä sanottuun viitaten virasto katsoo, että esityksen kohteena olevan menettelyn ei voida katsoa olevan vähämerkityksellistä niin, ettei se kuulu kilpailunrajoituslain 4 §:n kiellon piiriin.

### 8.3.2 Sopimuksen ja yhdenmukaistetun menettelytavan käsitteet

240. Kilpailunrajoituslain 4 §:n soveltuminen edellyttää, että kyseessä on yritysten välinen sopimus, yhdenmukaistettu menettelytapa tai yritysten yhteensuostumisen päätös.
241. Vertikaaliset sopimukset määrittävät sopimuksiksi tai yhdenmukaistetuiksi menettelytavoiksi, joihin sitoutuneet kaksi tai useampaa yritystä toimivat sopimuksen kannalta eri tuotanto- tai jakeluportaalla ja jotka koskevat osapuolille asetettuja tiettyjen tavaroiden ja palveluiden ostoon, myyntiin ja jälleenmyyntiin sovellettavia ehtoja.<sup>201</sup>
242. Kilpailuoikeudellisesti sopimuksen on katsottu olevan olemassa, kun osapuolet noudattavat yhteistä suunnitelmaa, joka rajoittaa tai joka todennäköisesti rajoittaa niiden omaa liiketoimintaa määrittelemällä niiden keskinäisen toiminnan tai toiminnasta pidättäytymisen linjoista markkinoilla. Sopimuksen käsitteessä on siis keskeistä vähintään kahden sopimuspuolen yhteinen tahto eikä merkitystä ole sillä, missä muodossa tämä tahdonilmaisus on annettu.<sup>202</sup>
243. Markkinaoikeuden tapauskäytännössä on katsottu, että silloin kun kilpailunrajoituksesta on määrätty suoraan sopimuksessa, ei ole tarpeen osoittaa, onko sitä tosiasiallisesti noudatettu. Markkinaoikeus on päätöksessään todennut, että elinkeinonharjoittajien välisen sopimuksen syntymisen arvioinnin suhteen merkitystä ei tule antaa väitteelle siitä, ettei yrityksen jälleenmyyntisopimukseen sisältynyttä lainvastaista sopimusehtoa ollut tosiasiallisesti noudatettu tai pantu täytäntöön.<sup>203</sup>

<sup>200</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 31–32.

<sup>201</sup> Komission asetus (EY) N:o 2790/1999 EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin EYVL L 336/21, 29.12.1999, 2 artiklan 1 kohta.

<sup>202</sup> Asia 41/69 ACF Chemiefarma v. Komissio [1970] ECR 661, kohta 112; Yhdistetyt asiat 209/78–215/78 ja 218/78 Van Landewyck ja muut v. Komissio [1980] ECR 3125, kohta 86; Asia T-7/89 Hercules Chemicals v. Komissio [1991] ECR II-1711, kohta 256.

<sup>203</sup> Markkinaoikeuden päätös asiassa Lastentarvike Oy, dnro 336/06/KR, 13.2.2009, sivut 56 ja 62.

244. Linkohdan soveltuminen ei myöskään edellytä painostamisen tai pakotamisen toteennäyttämistä. Markkinaoikeus on päätöksessään katsonut määrähintasopimuksen syntyneen kun ylempi jakeluporras pyysi tarkistamaan hinnan suositushinnan mukaiseksi ja alempi jakeluporras toimi esitetyn mukaisesti ja ilmoitti toimineensa näin. Markkinaoikeuden päätöksen mukaan menettelyssä ei ollut kyse pelkästään myyntihinnan suosittelemisestä, vaan menettelystä, jolla pyrittiin määräämään jälleenmyyntihinnat siten, että se johtaa kiinteään myyntihintaan tai vähimmäismyyntihintaan.<sup>204</sup>
245. EU:n oikeuskäytännössä määrähintatapauksissa erityistä huomiota on kiinnitetty siihen, että vähimmäishinnan asettamisessa ei ole kyse pelkästään ylemmän portaan yksipuolisesta toimesta, vaan hinnoittelusta on muodostunut osapuolten yhteinen tahto. Yhteisöjen tuomioistuin on korostanut päätöksessään, että silloin kun asiasta ei ole määrätty suoraan jakelusopimuksessa, sopimuksen käsitteen täytyminen edellyttää jakelijoiden nimenomaista tahdonilmaisua tai ylemmän portaan ehdotuksen tosiasiallista toimeenpanoa.<sup>205</sup>
246. Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan myös toimet, jotka vaikuttavat valmistajan jälleenmyyntiin kohdistamilta yksipuolisilta toimilta, voivat muodostaa sopimuksen tai yhdenmukaistetun menettelytavan, jos jälleenmyyjät myöntävät joko nimenomaisesti tai käytännön toimilla valmistajan tahtoon. Sopimusta ei siis tarvitse tehdä kirjallisesti, eikä mitään sopimusseuraamuksia tai täytäntöönpanokeinoja vaadita.<sup>206</sup> Kyseessä voi olla jälleenmyyjien hiljainen suostumus valmistajan kehoitukseen.<sup>207</sup>
247. Määrähinnan tarkoituksena katsotaan olevan kilpailun rajoittaminen vähentämällä tuotemerkin sisäistä hintakilpailua. Kun asiasta on syntynyt sopimus tai yhdenmukaistettu menettely, vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan ei ole tarpeen osoittaa, että sillä myös saavutetaan tällainen rajoitus. On luonnollista, että toinen sopimusosapuoli saattaa ajoittain toimia myös tekemänsä sopimuksen vastaisesti, jos se katsoo tämän itselleen liiketaloudellisesti kannattavammaksi.<sup>208</sup>
248. Kilpailusäännöt soveltuvat elinkeinonharjoittajien välisen sopimuksen lisäksi myös elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistettuihin menettelytapoi-

<sup>204</sup> Markkinaoikeuden päätös asiassa Greendoor Oy, dnro 568/05/KR, 27.1.2009, s. 28–29.

<sup>205</sup> Asia C-74/04 Komissio v. Volkswagen AG (VW II) [2006] ECR I-06585 13.7.2006, kohdat 39 ja 46.

<sup>206</sup> Yhdistetyt asiat 32/78, 36/78–82/78 BMW Belgium ja muut v. Komissio [1979] ECR 2435, kohdat 28–30; Asia 107/82 AEG v. Komissio [1983] ECR 3151, kohta 38; Yhdistetyt asiat 25/84 ja 26/84 Ford ja Ford Europe v. Komissio [1985] ECR 2725, kohta 21; Asia 75/84 Metro v. Komissio (Metro II) [1986] ECR 3021, kohdat 72 ja 73; Asia C-277/87 Sandoz v. Komissio [1990] ECR I-45, kohdat 7–12; Asia C-70/93 BMW v. ALD [1995] ECR I-3439, kohdat 16 ja 17.

<sup>207</sup> Asia C-74/04 P Komissio v. Volkswagen [2006] ECR I-6585, kohdat 37 ja 39.

<sup>208</sup> Komission päätös asiassa COMP/C-3/37.980 Souris – Topps EUVL L 353/5–6, kohdat 106–107.

hin.<sup>209</sup> Elinkeinonharjoittajien menettely voi olla lainvastaista silloinkin, kun ne eivät ole varsinaisesti sopineet tulevasta toimistaan markkinoilla, vaan ne ovat omaksuneet kollusiivisen tavan koordinoita tulevaa käyttäytymistään ja ne toimivat tämän mukaisesti.<sup>210</sup>

249. Yhdenmukaistettujen menettelytapojen käsitteen tarkoituksena on saattaa lain kiellon soveltamisalaan myös sellainen yritysten välinen yhteistoiminnan muoto, jossa kilpailun riskit korvataan tietoisesti yritysten välisellä käytännön yhteistyöllä ilman, että jouduttaisiin tekemään varsinaista sopimusta.<sup>211</sup>
250. EU:n tapauskäytännössä on esimerkiksi katsottu kyseessä olleen yhdenmukaistettu menettely tavarantoimittajan ja jälleenmyyjän välillä myös siinä tapauksessa, kun tavarantoimittaja ryhtyi toimeen jälleenmyyjien yhteydenottojen vuoksi. Tapauksessa jälleenmyyjät olivat informoineet tavarantoimittajaa muiden yritysten harjoittamasta rinnakkaistuonnista, ja tavarantoimittaja oli ottanut yhteyttä kyseisiin yrityksiin estääkseen tämän.<sup>212</sup> Oikeuskäytännön mukaan olettamana on, että yritysten välinen yhdenmukaistettu menettely vaikuttaa niiden toimintaan markkinoilla.<sup>213</sup>
251. Kilpailunrajoituslain 4 §:ää sovellettaessa elinkeinonharjoittajien toimintaa ei kuitenkaan ole tarpeen määritellä nimenomaisesti joko sopimukseksi tai yhdenmukaistetuksi menettelytavaksi.<sup>214</sup> Menettelyssä voi olla piirteitä molemista, eikä tämä vaikuta teon kilpailuoikeudelliseen moitittavuuteen.
252. Kilpailunrajoituslain 4 §:n soveltamisen kannalta keskeistä on, että sopimuksen tai yhdenmukaistetun menettelytavan tarkoituksena tai seurauksena on merkittävä kilpailun estyminen, rajoittuminen tai vääristyminen. Lain tavoitteena on estää elinkeinonharjoittajia vääristämästä hintojen tavanomaista kehitystä markkinoilla. Kyseisenlaisia rajoituksia pidetään kaikkein vakavimpina ja haitallisimpina, koska niillä vaikutetaan suoraan kilpailumekanismin lopputulokseen.

---

<sup>209</sup> Komission päätös asioissa COMP/35.587 PO Videopelit, COMP/35.706 PO Nintendon jakelu ja COMP/36.321 Omega-Nintendo, EUVL (2003) 255/33, kohta 323 (Komission päätös pysytettiin muilta kuin seuraamusmaksun suuruutta koskevilta osin seuraavissa tuomioistuinpäätöksissä: Asiat T-12/03 Itochu v. Komissio, T-13/03 Nintendo ja Nintendo of Europe v. Komissio ja T-18/03 CD-Contact Data v. Komissio [2009] EUVL C 141/37–38.).

<sup>210</sup> Asia T-7/89 Hercules Chemicals v. Komissio [1991] ECR II-1711, kohdat 259-261.

<sup>211</sup> Komission päätös asiassa Asia COMP/E-1/38.240 Teollisuusputket, EUVL 2004, L 125/50, 184 kohta ja C-48/69, Imperial Chemical Industries v. Komissio ("ICP") [1972] ECR 619, kohta 64; Asia C-199/92 P, Hüls AG v. Komissio [1999] ECR I-4287, kohdat 158–160, sekä päätöksessä viitatu yhdistetyt asiat 40/73–48/73, 50/72, 54/73–56/73, 111/73, 113/73 ja 114/73 Suiker Unie ym. v. Komissio [1975] s. 1663, kohdat 173-174 sekä yhdistetyt asiat C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 ja C-125/85-C 129/85 Ahlström Osakeyhtiö ym. v. Komissio [1993] ECR I-1307, kohta 63.

<sup>212</sup> Komission päätös asiassa COMP/C-3/37.980 Souris – Topps EUVL L 353/5–6, kohta 88 ja kohdat 112–120.

<sup>213</sup> Asia T-25/95 Cimenteries CBR v. Komissio [2000] ECR II-491, kohta 1910.

<sup>214</sup> Asia C-49/92P Komissio v. Anic [1999] ECR I-4125, kohdat 131–132 ja asia C-8/08, T-Mobile Neatherlands BV ym. 4.6.2009, kohdat 61–62.



#### 8.4 Kilpailunrajoituslain 5 §

253. Kilpailunrajoituslain 5 §:ssä säädetään poikkeuksesta 4 §:n kieltoon. Kilpailunrajoituslain 5 §:n mukaan 4 §:ssä säädetty kiello ei koske sellaisia elinkeinonharjoittajien välisiä sopimuksia, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymän päätöksiä tai elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistettua menettelytapoja, tai sellaista sopimusten, päätösten tai yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmää, joka:
- 1) osaltaan tehostaa tuotantoa tai tuotteiden jakelua taikka edistää teknistä tai taloudellista kehitystä;
  - 2) jättää kuluttajille kohtuullisen osuuden näin saatavasta hyödystä;
  - 3) ei aseta asianomaisille elinkeinonharjoittajille rajoituksia, jotka eivät ole välttämättömiä mainittujen tavoitteiden saavuttamiseksi; ja
  - 4) ei anna näille elinkeinonharjoittajille mahdollisuutta poistaa kilpailua merkittävältä osalta kysymyksessä olevia hyödykkeitä.
254. Kilpailunrajoituslain 5 §:n poikkeussäännös perustuu 101 artiklan 3 kohtaan ja sitä on tulkittava 101 artiklan soveltamiskäytännön mukaisesti.<sup>215</sup>
255. Komissio on antanut ryhmäpoikkeusasetuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin. Komissio on katsonut olevan oletettavissa, että jos toimittajan osuus asian kannalta merkityksellisistä markkinoista ei ylitä 30 prosenttia, vertikaaliset sopimukset, jotka eivät sisällä tietynlaisia vakavia kilpailunrajoituksia, johtavat yleensä parannuksiin tuotannossa tai jakelussa ja kuluttajat voivat saada kohtuullisen osan saavutetuista hyödyistä. Jos sopimus kuuluu tämän ryhmäpoikkeusasetuksen soveltamisalaan, ei tule punnittavaksi rajoittavatko sopimukset kilpailua 101 artiklan 1 kohdan tarkoittamalla tavalla. Tällöin ei sopimuksen osapuolten tarvitse osoittaa, että niiden tekemä sopimus täyttää 101 artiklan 3 kohdan edellytykset. Niiden on vain todistettava, että kilpailua rajoittavaan sopimukseen sovelletaan ryhmäpoikkeusasetusta.<sup>216</sup>
256. Kyseisen ryhmäpoikkeusasetuksen 4 artiklassa määriteltyjä vakavia rajoituksia sisältävät sopimukset ovat kuitenkin rajattu nimenomaisesti ryhmäpoikkeusasetuksen ulkopuolelle kilpailunrajoitukseen osallistuvien yritysten markkinaosuudesta riippumatta.<sup>217</sup> Määrä hinnoittelun katsotaan olevan vakava kilpailunrajoitus ja näin ollen ryhmäpoikkeusasetus ei sovellu esityksen kohteena olevaan menettelyyn.

<sup>215</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s. 34.

<sup>216</sup> Komission asetus (EY) N:o 2790/1999 EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmään EYVL L 336/21, 29.12.1999.

<sup>217</sup> Komission asetus (EY) N:o 2790/1999 EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmään EYVL L 336/21, 29.12.1999, kohta 10.

257. Kyseeseen voi kuitenkin tulla 101 artiklan 3 kohdan mukaisen yksittäis-poikkeuksen myöntäminen. Tällöin tulee punnittavaksi edellä kappaleessa 254 mainitut neljä edellytystä. Nämä neljä edellytystä ovat kumulatiivisia, joten muita edellytyksiä ei tarvitse tarkastella sen jälkeen, kun on osoitettu, että yksi 101 artiklan 3 kohdan edellytyksistä ei täyty.<sup>218</sup> Komission tiedonannossa todetaan olevan epätodennäköistä, että nyt käsillä olevan kaltainen vakava kilpailunrajoitus täyttäisi kyseisen artiklan 3 kohdan neljä edellytystä. Yleensä vakavat kilpailunrajoitukset eivät täytä ainakaan kahta ensimmäistä edellytystä. Ne eivät tuota objektiivista taloudellista etua, eivätkä ne hyödytä kuluttajia. Tällaiset sopimukset eivät yleensä myöskään ole kolmannen edellytyksen mukaisesti välttämättömiä.<sup>219</sup>
258. Kilpailunrajoituslain 5 §:n edellytysten täyttymistä koskeva todistustaakka kuuluu sille yritykselle, joka vetoaa poikkeussäännöstä johtuvaan etuun.<sup>220</sup>

#### 8.4.1 Iittalan vastineessaan esittämä tehokkuuspuolustus

259. Iittala vetoaa vastineessaan kilpailunrajoituslain 5 §:ään.<sup>221</sup> Iittala katsoo, että määrähinnan sopimista jälleenmyyjien kanssa voidaan perustella siitä seuraavilla tehokkuuseduilla. Iittala katsoo, että tuotteiden lanseerausten ja uudistusten vuoksi sillä oli erityinen tarve suojata brändiä esillepanoon, vaadittavaan koulutukseen ja valikoimaan liittyvien vaatimusten kautta erikoisliikkeissä ja halpamyymälöissä. Iittalan vastineessa todetaan tuotekohtaisten liitteiden hinnoittelukohdan suositusten myös liittyneen brändinhallintaan. Iittala oli huolissaan, että varsinkin halpamyymälät käyttäisivät kyseisiä tuotteita ns. sisäänvetotuotteina.
260. Ensimmäisen edellytyksen, *tehokkuuden lisäämisen*, osalta vastineessa on esitetty Iittalan pyrkineen sopimuksillaan parantamaan oleellisesti Iittalan uusien tai uudistettujen tuoteperheiden saatavuutta haja-asutusalueilla. Iittala katsoo tilanteen vastaavan komission luonnoksessa uusiksi vertikaalisiksi suuntaviivoiksi kuvattua esimerkkiä määrähinnoittelun tuomista tehokkuuseduista tilanteesta, jossa valmistaja tuo uuden tuotemerkin markkinoille.<sup>222</sup>
261. Toisen edellytyksen, *tehokkuusettujen välittymisen*, osalta Iittala toteaa, että ilman tuotekohtaisten liitteiden ja niiden brändinhallintaan liittyvien kohtien

<sup>218</sup> Komission tiedonanto, Suuntaviivat perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta, EUVL C 101/97, 27.4.2004, kohta 38.

<sup>219</sup> Komission tiedonanto, Suuntaviivat perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta, EUVL C 101/97, 27.4.2004, kohta 46.

<sup>220</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., s 33–35.

<sup>221</sup> Iittalan vastineen kohta 5.2.

<sup>222</sup> Komissio on heinäkuussa 2009 antanut julkiselle kuulemiselle luonnoksen Komission uusiksi suuntaviivoiksi 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin.

mahdollistamaa laajempaa jakelua, kuluttajat eivät olisi pystyneet ostamaan Iittalan uusia tai uudistuneita tuotteita esimerkiksi halpamyymälöistä.

262. Kolmannen edellytyksen, *rajoituksen välttämättömyyden*, osalta Iittala toteaa tuotekohtaisten liitteiden olleen välttämättömiä, jotta Iittala pystyi suojaamaan uusien ja uudistuneiden tuotteidensa brändiä salliessaan niiden jakelun myös erikoisliikkeissä ja halpamyymälöissä.
263. Neljännestä edellytyksestä, jonka mukaan *kilpailu ei saa poistua merkittävältä osalta markkinaa*, vastineessa todetaan, että Iittalaan kohdistuneen voimakkaan kilpailunpaineen vuoksi ei ole ollut mahdollisuutta poistaa kilpailua merkittävältä osalta kysymyksessä olevia hyödykkeitä. Lisäksi Iittala toteaa jälleenmyyjien välisen kilpailun lisääntyneen laajentuneen jakelun vuoksi.

#### 8.4.2 Kilpailuviraston arvio

264. Ensinnäkin Kilpailuvirasto katsoo, että Iittalan rikkomus koskee Iittalan sopimussuhteita sen kaikkien jälleenmyyjien kanssa. Iittalan vastineessa esitetty tehokkuuspuolustus sen sijaan koskee yksinomaan Iittalan halpahallien ja erikoisliikkeiden kohdalla tarpeelliseksi katsomaan brändinhallintaa, ottamatta kantaa määrähinnan tarpeellisuuteen liikesuhteissa päivittäistavarakaupan- ja tavarataloketjujen kanssa. Lisäksi Kilpailuvirasto toteaa selvyiden vuoksi, että Iittalan sopimusten lainmukaisuus ei ole arvioinnin kohteena siltä osin kuin liitteissä määrätään brändin esillepanoon, vaadittavaan koulutukseen tai valikoimaan liittyvistä vaatimuksista.
265. Toiseksi täytyy huomioida, että yrityksen tulee pystyä todentamaan tehokkuusetuja koskevat väitteet. Todentamatta jätetyt väitteet tulee komission suuntaviivojen mukaan hylätä. Yrityksen on selvitettävä yksityiskohtaisesti tehokkuusetujen luonne sekä miten ja miksi ne tarjoavat objektiivista taloudellista etua.<sup>223</sup> Väitetyn tehokkuusedun pohjalta täytyisi pystyä esimerkiksi tarkastelemaan lisääkö rajoitus merkityksellisillä markkinoilla tehokkuutta riittävästi, jotta tämä etu olisi merkittävämpi kuin sopimuksen samoilla markkinoilla kuluttajille aiheuttamat haitat.
266. Iittala ei ole vastineessaan esittänyt todennettavia tehokkuusetuja 5 §:ssä tarkoitettulla tavalla. Lisäksi Iittalan yleisellä tasolla olevat perustelut ovat lähtökohdiltaan väärät. Iittalan brändinhallintaan liittyvät perustelut lähinnä kuvaavat sitä, miksi Iittala ryhtyi kilpailunrajoituslain vastaiseen toimintaan, ei sitä miksi se tulisi sallia. Esitetyt väitteet eivät ole sellaisia tehokkuusperusteluja, joiden nojalla virasto voisi arvioida kilpailunrajoituslain 4 §:ssä kielletyn menettelyn olevan sallittua kyseisen lain 5 §:n nojalla. Näin

---

<sup>223</sup> Komission tiedonanto, Suuntaviivat perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta, EUVL C 101/97, 27.4.2004, mm. kohdat 48- 58.

ollen näyttötaakka rajoituksen aiheuttamista haitoista ei ole siirtynyt Kilpailuvirastolle.

267. Vaikka Iittalan esittämien perusteluiden pohjalta ei ole mahdollista suorittaa varsinaista tehokkuuspunnintaa, virasto kuitenkin lisäksi toteaa, että rajoitusta ei voida pitää välttämättömänä esitettyjen tehokkuusetujen saavuttamiseksi. Jotta rajoitusta voitaisiin pitää välttämättömänä, tehokkuusetujen tulisi olla ominaisia kyseessä olevalle kilpailua rajoittavalle sopimukselle eli niiden saavuttamiseksi ei saisi olla olemassa muita taloudellisesti mahdollisia ja kilpailua vähemmän rajoittavia keinoja.<sup>224</sup> Iittalan tulisi osoittaa, miksi muut realistiselta vaikuttavat ja määrähinnoitteluun verrattuna vähemmän kilpailua rajoittavat keinot eivät olisi riittäneet mahdollistamaan tuotteiden laajempaa saatavuutta. Näin ollen Iittala ei ole esittänyt riittäviä perusteluja rajoituksen välttämättömyydestä. Edellytysten kumulatiivisuudesta johtuen muiden edellytysten täyttymistä ei ole tarpeen arvioida sen toteamiseksi, ettei 5 §:n poikkeusta voida käsillä olevassa tapauksessa soveltaa.
268. Kilpailuviraston näkemyksen mukaan asiassa ei ole käsillä sellaisia tehokkuusperusteluja, joiden nojalla kilpailunrajoituslain 4 §:ssä kielletty menettely voitaisiin sallia.

### 8.5 Kilpailunrikkomus

269. Seuraamusmaksuesityksen liitteenä olevassa asiakirjanäytössä on viitteitä siitä, että Iittala on pyrkinyt vaikuttamaan jälleenmyyjien vähittäismyyntihintoihin jo 1990-luvun loppupuolella.<sup>225</sup> Virasto on rajannut selvityksen koskemaan aikaa vuodesta 2005 eteenpäin, koska Kilpailuviraston vuosina 2006 ja 2007 suorittamalla tarkastuksilla löytynyt aikaa ennen vuotta 2005 koskeva aineisto on kuitenkin vähäistä ja hajanaista.
270. Kilpailuvirasto on edellä jaksossa 7 kuvannut Iittalan ja sen jälleenmyyjien välistä menettelyä esityksen liitteenä olevan asiakirjanäytön perusteella. Kirjallisen näytön lisäksi virasto on asian selvittämiseksi kuullut suullisesti Iittalaa ja useiden Iittalan jälleenmyyjien henkilöstöä.<sup>226</sup> Iittalan ja sen jälleenmyyjien viraston selvityspyyntöihin toimittamat vastaukset ja suulliset lausumat ovat osin ristiriidassa Iittalan toimitiloissa suoritetuilla tarkastuksilla saadun kirjallisen näytön kanssa.<sup>227</sup> Osa jälleenmyyjistä katsoo, että määrähinnasta ei olisi varsinaisesti sovittu Iittalan kanssa. Kirjallinen näyt-

---

<sup>224</sup> Komission tiedonanto, Suuntaviivat perustamissopimuksen 81 artiklan 3 kohdan soveltamisesta, EUVL C 101/97, 27.4.2004, kohta 75.

<sup>225</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteet 190–202.

<sup>226</sup> Viraston laatima kuulemismuistiot yksilöitynä kohdassa 5.2 ja seuraamusmaksuesityksen liitteinä 38–51.

<sup>227</sup> Iittalan osalta katso edellä kappale 21.

tö kuitenkin osoittaa, että Iittala on kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaisesti sopinut jälleenmyyjänsä kanssa alimmasta sallitusta vähittäismyyntihinnasta.

271. Virasto esittää seuraavassa miltä osin Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisen menettelyn tulee katsoa täyttävän määrähinnoittelun tunnusmerkistön. Menettelyssä on osin ollut kyse sopimuksesta ja osin yhdenmukaistetusta menettelystä, mutta virasto käyttää pääosin termiä sopimus silloin kun voidaan katsoa yhteisen tahdon syntyneen.<sup>228</sup>

#### 8.5.1 Iittalan menettely

272. Iittala on jo vuonna 2004 laatinut tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia, joissa määriteltiin muun muassa esillepanoon ja valikoimiin liittyviä asioita. Nämä jakelutiesopimukset eivät sisältäneet alinta sallittua vähittäishintaa määrääviä ehtoja.
273. Esityksen liitteenä olevista Iittalan sisäisistä kokouksista laadituista muistioista on vuoden 2005 alkupuolelta lähtien havaittavissa, että joihinkin tuotekohtaisiin jakelutiesopimuksiin alettiin laatia myös vähimmäishinnan määrääviä ehtoja.<sup>229</sup> KoKo-sarja on asiakirjanäytön mukaan ensimmäinen tuotesarja, josta Iittala laati määrähintaehdon sisältävän tuotekohtaisen jakelutiesopimuksen. Ensimmäinen viraston hallussa oleva KoKo-sarjan määrähinnan sisältävä jakelutiesopimus on allekirjoitettu 4.4.2005.<sup>230</sup>
274. Muistioista ja sähköpostiviesteistä ilmenee Iittalan pyrkimys saada jälleenmyyjät noudattamaan vähimmäishintaa myös ilman määrähintalausekkeen sisältävää jakelutiesopimusta ilmoittamalla, että tuotteen myyntiin saamisen ehtona on vähimmäishinnan noudattaminen.<sup>231</sup> Jos jälleenmyyjät kuitenkin tästä huolimatta myivät alle Iittalan määräämän vähimmäishinnan, kyseisestä tuotteesta laadittiin määrähintaehdon sisältävä jakelutiesopimus.<sup>232</sup>
275. Esimerkkinä voidaan mainita vähittäiskaupan suunnittelukokouksen pöytäkirja 25.4.2005, jossa todetaan KoKo -sarjan suhteen jakelutiesopimuksen olleen oikeutettu, koska kysymyksessä oli uusi sarja. Muistiossa todetaan, että Teeman osalta jakelutiesopimus valvoisi vain hintatasoa, ei jakelua, ja tästä syystä Teemasta ei tehtäisi jakelutiesopimusta. Muistiossa todetaan vastaavasti Tris-sarjan osalta, että jakelutiesopimusta ei tehdä, mutta lanseerauksen aikana pitää ottaa koko valikoima ja sitoutua hintaan.<sup>233</sup> Tä-

<sup>228</sup> Kuten edellä kohdassa 8.3.2 todettu, elinkeinonharjoittajien menettelyä ei ole tarpeen määritellä nimenomaisesti joko sopimukseksi tai yhdenmukaiseksi menettelytavaksi.

<sup>229</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 57, 64 ja 177.

<sup>230</sup> Ensimmäisen viraston hallussa olevan määrähinnan sisältävän jakelutiesopimuksen on allekirjoittanut Kodin Tuulia.

<sup>231</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 58, 60 ja 76.

<sup>232</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 57, 59, 107 ja 123.

<sup>233</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 76.

mä osoittaa, että joidenkin tuotesarjojen kohdalla, silloinkin kun tuotteesta ei ollut laadittu kirjallista tuotekohtaista määrähintaehtoa sisältävää jakelutiesopimusta, Iittala edellytti, että määrähintaa noudatetaan. Sekä Teema- että Tris-sarjojen kohdalla Iittala kuitenkin laati vuonna 2006 määrähintaehtoa sisältävät tuotekohtaiset jakelutiesopimukset vähittäishintatason valvomiseksi.<sup>234</sup>

276. Iittalan harjoittamassa määrähinnoittelussa ei ole ollut kyse vain yksittäisten henkilöiden toiminnasta, vaan jälleenmyyjien sitouttaminen määrähintasopimukseen oli Iittalan strategia, jota toteutettiin jälleenmyyntikatteiden ja hintatason korottamiseksi. Menettelyn käyttöönotto jalkautettiin laajalti koko myyntiorganisaatioon johtoryhmän jäsenen toimesta. Tämä ilmenee muun muassa Iittalan sisäisestä muistiosta, jonka mukaan kotimaan myynnistä ja markkinoinnista vastaava johtaja totesi vähittäiskaupan yksikköpäivillä jakelutiesopimusten olevan lainmukaisia. Lisäksi hän lupasi palkita henkilöt, jotka nopeasti hoitavat sopimukset kuntoon asiakkaidensa kanssa.<sup>235</sup> Näiden lisäksi tämä ilmenee lukuisista sähköpostiviesteistä, muistioista ja myynnin johtoryhmälle laadituista jaksoarvioinneista.<sup>236</sup> Menettelystä on ollut tietoisuus muutoinkin johtoryhmän jäsenten tasolla viimeistään Kilpailuviraston lokakuussa 2006 tekemän tarkastuksen jälkeen.<sup>237</sup>
277. Määrähinnan käyttöönottoon Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisessä sopimussuhteessa ryhdyttiin yksiselitteisesti Iittalan aloitteesta. Iittalan tehtyä sisäisen päätöksen siitä, että tietyn tuotteen kohdalla on tärkeää sitouttaa jälleenmyyjät tiettyyn vähimmäishintatasoon, Iittala ryhtyi järjestelmällisesti toteuttamaan tätä päämäärää.<sup>238</sup>
278. Tämä ilmenee muun muassa Iittalan 13.1.2005 laatimasta muistiosta. Muistiossa todetaan olevan ongelmallista, että Iittalan tuotteiden vähittäishintataso määräytyy markkinahintatason mukaan etenkin hintakilpailuissa sarjoissa. Ratkaisuksi muistiossa todetaan, että hintatason järkipäätämiseksi ongelmatuotteista tehdään jakelutiesopimus kaikkien asiakkaiden kanssa.<sup>239</sup>
279. Iittala viestitti usean tuotteen kohdalla jälleenmyyjille sähköpostiviestein ja power point –esityksin hintatason korottamisen olevan kaikkien yhteinen etu, josta on myös yhdessä sovittu. Iittala korosti, että yhteisen päämäärän

---

<sup>234</sup> Jakelutiesopimukset ovat esityksen liitteinä.

<sup>235</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 208.

<sup>236</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 38, 97, 101, 103, 104, 125, 177, 181, 217, 220 ja 243.

<sup>237</sup> Iittala on 1.3.2010 vastineessaan esittänyt väitteitä Iittalan johdon roolista (kohta 4.2.3.4.) ja menettelyn lainvastaisuutta koskevasta tietoisuudesta (kohta 5.3.1.1.). Kilpailuvirasto on esityksessään huomioinut Iittalan väitteet.

<sup>238</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 57, 58, 75 ja 177.

<sup>239</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 177.

- paremman katteen – saavuttamiseksi kaikkien jakelijoiden tulee korottaa vähittäishintaa yhtä aikaa.<sup>240</sup>
280. Useissa tapauksissa jälleenmyyjät ensin epäröivät hintatasoon sitoutumista. Iittala kuitenkin vakuutti jälleenmyyjille, että hinnan korotuksista on keskusteltu kaikkien kanssa ja muutkin ovat luvanneet olla hintatason korjauksessa mukana.<sup>241</sup> Iittala pyrki vaikuttamaan epäröiviin jälleenmyyjiin jopa informoimalla pääkilpailijan tulevasta hinnoittelupäätöksistä.<sup>242</sup>
281. Taivutellessaan jälleenmyyjä noudattamaan antamaansa alinta sallittua vähittäishintaa Iittala myös uhkaili useita jälleenmyyjä toimituskiellolla.<sup>243</sup>
282. Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa menettelyssä ei ole ollut kyse vain Iittalan toiveesta tai yksipuolisesta toimesta. Kuten virasto esittää jäljempänä jaksossa 8.6 Iittala toimi yhteisymmärryksessä jälleenmyyjien kanssa, vaikka osa näistä ei allekirjoittanut kirjallista määrähintaehdon sisältävää sopimusta. Virasto toteaa, että myös näiden jälleenmyyjien kohdalla syntyi kilpailuoikeudellisessa merkityksessä sopimus tai vähintäänkin yhdenmukaistettu menettelytapa, joka perustui yhteiseen tahtoon. Joidenkin jälleenmyyjien osalta Iittala syyllistyi määrähinnoitteluun uhkailun muodossa.<sup>244</sup>
283. Määrähinnoittelu on pääasiassa kohdistunut Iittalan tunnetuimpiin tuotteisiin. Näitä tuotteita ovat KoKo, Tris, Origo, Teema, Aalto, Muumi, 24h, Nero ja Marimekko-tuotteet (Mariskooli, Kivi ja Primavera). Näistä tuotteista on laadittu jakelutiesopimukset, joissa määrätään alin sallittu vähittäismyyntihinta. Näiden ns. jakelutiesopimustuotteiden lisäksi on kuitenkin useissa muissakin tuotteissa, kuten Matador, Ote, Apila, KoKoHoT, Illusia, Lumi, Paratiisi, Heljän Kokoelma, Minna Immosen Kokoelma, Gardena, Uunikokki ja Sinun Lahjasi Kokoelma (Carambola, Tosca, Lokero-vati ja Venetsia), osin määrätty alin sallittu jälleenmyyntihinta, vaikka näiden tuotteiden osalta Iittala ei ole laatinut jakelutiesopimusta.<sup>245</sup>
284. Tämä ilmenee muun muassa Iittalan sisäisestä 4.10.2006 lähetetystä sähköpostiviestistä, jonka liitteenä oli kampanjapelisäännöt/rajut hintakampanjat vuodelle 2007 Arabian osalta. Taulukon mukaan rajuilta yli 20 % hintakampanjoilta rauhoitettuja olivat 24h -sarjan värilliset osat (31.12.2008 saakka), Apila (27.2.2008 saakka), Nero (1.9.2008 saakka), Sinun lahjasi kokoelma ja KoKoHOT (27.2.2008 saakka). Näiden tuoteper-

<sup>240</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 13 (liitteen kohdassa 3.3 sähköpostit 6.5.2005 ja 7.10.2005), 77, 88, 91–94 ja 135–141.

<sup>241</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 69, 96, 107, 116, 118, 130, 132, 133, 145, 149, 157, 170, 205, 207 ja 230.

<sup>242</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 153.

<sup>243</sup> Toimituskielloista tarkemmin jäljempänä kohdassa 8.5.2.5.

<sup>244</sup> Määrähinnoittelun tunnusmerkistön täyttymisestä tältä osin jäljempänä kohdassa 8.5.2.5.

<sup>245</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 60, 75, 165, 178, 180, 183, 184 ja 185.

heiden lisäksi määritellyin osin rauhoitettuja olivat taulukon mukaan seuraavat tuoteperheet: 24h valkoinen, Illusia punainen, KoKo, Lumi, Paratiisi, Heljän kokoelma, Minna Immonen kokoelma ja Muumit. Ilman rajoitteita olivat vain Arctica, Illusia (muut kuin punainen), Seinätaulut, Kokki ja Uunikokki, mutta liitteessä oli todettu kuitenkin hintakampanjan enimmäiskestoksi 1 viikko.<sup>246</sup>

285. Vähittäiskaupan myyntipäällikön 13.3.2007 lähettämässä Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä oli liitteenä taulukko eri jakeluteiden rooleista. Taulukossa todetaan hinnoittelusäännöistä yleisesti kaikkia Iittalan tuotteita koskien, että erikoisliikkeet voivat hinnoitella +/- 5 % suositushinnasta ja päivittäistavara- ja halpamyymälät max -10 % suositushinnasta. Molempia asiakasryhmiä koskien kampanjahinnaksi on merkitty max -20 % suositushinnasta.<sup>247</sup>
286. Kilpailuvirasto katsoo, että Iittalan menettelyssä on ollut kyse strategiasta, jolla on pyritty vaikuttamaan hintakilpailuun vähittäismarkkinalla. Pyrkimys on koskenut useita tuotteita ja lähes kaikkia Iittalan jälleenmyyjiä koko maassa. Kyse ei ole ollut yksittäistapauksista. Iittala viestitti systemaattisesti jälleenmyyjille pyrkimyksensä ja siitä miten muut jälleenmyyjät ovat toimineet tai aikovat toimia. Lisäksi Iittala kohdisti painostusta niihin jakelijoihin, jotka eivät olleet halukkaita sopimaan määrä hinnasta.

#### 8.5.2 Iittalan menettely täyttää määrä hintasopimuksen tunnusmerkistön

287. Iittalan ja sen jälleenmyyjien välinen menettely täyttää kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaisen määrä hinnoittelun tunnusmerkistön. Sopimuksen tai yhdenmukaistetun menettelytavan on katsottava syntyneen, kun alimmasta sallitusta vähittäishinnasta on sovittu kirjallisessa sopimuksessa, suullisesti, sähköpostitse, tarjouksen hyväksymisen yhteydessä, alennusten saamisen edellytyksenä ja toimituskiellon yhteydessä.
288. Iittalan jakelutiesopimuksissa on ilmoitettu suositushinnan suurimman sallitun alituksen lisäksi myös kuinka paljon suositushinnan saa enintään ylittää. Enimmäishinnan asettaminen on lainvastaista, jos se esimerkiksi johtaa kiinteään hintaan jonkin osapuolen käyttämän painostuksen tai tarjoamien kannustimien vuoksi. Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa Iittala on valvonut nimenomaan alimman sallitun jälleenmyyntihinnan noudattamista. Vaikka asiakirjamateriaalissa on viitteitä siitä, että Iittala on yksittäistapauksissa kiinnittänyt huomiota siihen, että jälleenmyyjä on ylittänyt suositushinnan, sopimusten enimmäishinta ei ole muodostunut markkinoilla kiinteäksi hinnaksi. Näin ollen virasto ei jäljempänä tarkastele enimmäishinnoittelua.

<sup>246</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 165.

<sup>247</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 181.



289. Virasto kuvaa seuraavassa Iittalan käyttämiä eri toimintatapoja, joilla vähimmäishinnasta päästiin sopimukseen tai muuten yhteisymmärrykseen. Jäljempänä jaksossa 8.6 virasto esittää miten tunnusmerkistön täytyminen tulee arvioitavaksi yksittäisten jakelijoiden kohdalla.

#### 8.5.2.1 Allekirjoitetut määrähintasopimukset

290. Useat Iittalan jälleenmyyjät ovat allekirjoittaneet tuotekohtaisia määrähintatiedon sisältäviä jakelutiesopimuksia. Nämä yritykset, tuotteet ja ajankohdat ovat yksilöity edellä esityksen kappaleessa 47.
291. Iittala vaati toimituskiellon uhalla jälleenmyyjä sitoutumaan määrähintaan allekirjoittamalla tämän sopimuksen. Sopimuksen allekirjoittaneet halpamyymälät eivät kuitenkaan aina noudattaneet Iittalan kanssa solmimaansa sopimusta, vaan pyrkivät osin kilpailemaan vähittäishinnalla. Tämä on luonnollista, koska kyseiset jälleenmyyjät olivat allekirjoittaneet sopimuksen pääosin vastentahtoisesti.<sup>248</sup>
292. Kilpailunrajoituslain esitöiden sekä vakiintuneen kotimaisen ja EU-oikeuskäytännön mukaan silloin kun vakavasta kilpailunrajoituksesta on määrätty suoraan sopimuksessa, ei ole tarpeen osoittaa, että sitä tosiasiallisesti noudatettiin. Sopimuksen tarkoituksena katsotaan joka tapauksessa olleen kilpailun rajoittaminen.<sup>249</sup>
293. Allekirjoitettuja määrähintalausekkeen sisältäviä tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia on solmittu vuosina 2005–2007 useista tuotteista halpamyymälöiden ja erikoisliikkeiden kanssa. Iittala käynnisti loppuvuodesta 2007 jakelutiesopimusmallien uusimisen.<sup>250</sup> Uudessa sopimusmallissa suositeltiin hinnoiteltavan vallitsevan käytännön mukaisesti, mutta sopimuksen sanamuoto ei ollut jälleenmyyjä velvoittavat. Iittala esitti 5.5.2008 Kilpailuvirastolle uuden jakelutiesopimusmallin, jossa ei enää asetettu vähimmäishintaan liittyviä ehtoja.<sup>251</sup>

#### 8.5.2.2 Määrä hinnasta sopiminen suullisesti ja sähköpostilla sekä määrähinnan noudattaminen käytännön toimilla

294. Niiden jälleenmyyjien kanssa, jotka eivät suostuneet allekirjoittamaan määrähintalausekettä sisältäviä tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia, Iittala pyrki sopimaan määrähinnan noudattamisesta kuitenkin käytännössä. Tämä ilmenee seuraamusmaksuesityksen liitteenä olevasta kirjallisesta näytöstä

<sup>248</sup> Toimituskielloista tarkemmin jäljempänä kohdassa 8.5.2.5.

<sup>249</sup> Oikeuskäytännöstä tarkemmin edellä kohdassa 8.3.2.

<sup>250</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 18.

<sup>251</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 19.

kokonaisuudessaan. Lisäksi asiakirja-aineistosta ilmenee Iittalan ja sen jälleenmyyjien keskustelleen määrähinnan noudattamisesta myös puhelimitse.

295. Kyseiset jälleenmyyjät sitoutuivat määrähintasopimukseen joko *sopimalla* vähimmäishinnasta Iittalan kanssa nimenomaisesti suullisesti tai sähköpostitse tai noudattamalla Iittalan asettamaa vähimmäishintaa *käytännön toimiltaan*. Sopimukseksi tai yhdenmukaistetuksi menettelytavaksi tulkittavista käytännön toimista on kyse silloin, kun jälleenmyyjä käytännössä toimeenpantee ylemmän portaan ehdotuksen, esimerkiksi tosiasiallisesti korottaa tuotteiden vähittäishinnan tämän kehotuksesta.<sup>252</sup>
296. Jälleenmyyjän voidaan katsoa *sopineen* vähimmäishinnasta Iittalan kanssa silloin kun jälleenmyyjä on itse ilmoittanut Iittalalle aikovansa toteuttaa tai jo toteuttaneensa Iittalan pyytämän hinnankorotuksen. Nämä tahdonilmaisut ilmenevät osin jälleenmyyjien Iittalalle lähettämistä sähköpostiviesteistä<sup>253</sup> ja osin Iittalan sähköpostiviesteistä ja muistioista<sup>254</sup>. Ei ole tarpeen osoittaa, että jälleenmyyjä aina noudatti lupaustaan soveltaa sovittua vähimmäishintaa. Riittää, että jälleenmyyjällä on asiasta sovittaessa ollut tarkoitus sitä noudattaa.
297. Sopimus on syntynyt myös silloin, kun jälleenmyyjä on luvannut Iittalalle nostaa vähittäishintansa vaaditulle tasolle, jos myös kilpailijat toimivat näin.<sup>255</sup> Vaikka varsinainen hinnankorotus jää riippuvaiseksi toisten jälleenmyyjien toimista, jälleenmyyjä on kuitenkin kertonut Iittalalle olevansa halukas toteuttamaan hinnankorotuksen ja Iittala on käyttänyt kyseisenkaltaista lupausta myös muiden jälleenmyyjien sitouttamiseen. Tällöin on Iittalan ja jälleenmyyjän välillä muodostunut hinnankorotuksesta yhteinen tahto ja siten sopimus, koska jälleenmyyjän vähittäishinnoittelun ei voida katsoa olleen itsenäistä.
298. Myös silloin, kun jälleenmyyjä pyysi Iittalaa toimimaan sopimuksen ylläpitämiseksi muiden jälleenmyyjien kohdalla, on kyse sopimuksesta. Jälleenmyyjä on esimerkiksi ehdottanut määrähintalausekkeen sisältävän tuotekohtaisen jakelutiesopimuksen laatimista tietystä tuotteesta hintatason valvomiseksi.<sup>256</sup> Jälleenmyyjä on lisäksi ilmoittanut Iittalalle lopettavansa sopimuksen noudattamisen ja menevänsä mukaan hintakilpailuun, jos Iittala ei lopeta tuotteiden toimittamista ”rikkureille”.<sup>257</sup> Kilpailuvirasto katsoo,

<sup>252</sup> Oikeuskäytännöstä tarkemmin edellä kohdassa 8.3.2.

<sup>253</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 69, 95, 120, 143, 144 ja 147.

<sup>254</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 72, 85, 87, 89, 99, 108, 111, 126, 129, 130, 131, 146, 148, 149, 150, 154, 158, 169, 172, 193 ja 199.

<sup>255</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 79, 80, 83, 84, 114, 119, 132, 134, 145 ja 153.

<sup>256</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 123.

<sup>257</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 159.

että valmistajan ja jälleenmyyjän välillä on tällöin vallinnut yhteisymmärrys tavoiteltavasta vähimmäishintatasosta.

299. Iittalan on katsottava päässeen jälleenmyyjien kanssa yhteisymmärrykseen määrä hinnasta myös silloin, kun jälleenmyyjät ovat kokeneet määrä hinta-sopimuksen itseään sitovaksi ja ovat sitä *käytännön toimilla* noudattaneet. Asiakirjanäytöstä ilmenee tilanteita, joissa sallitusta vähimmäishinnasta oli Iittalan ja jälleenmyyjän välillä niin selkeä yhteisymmärrys, että asiasta ei tarvinnut varsinaisesti sopia. Iittala ilmoitti jälleenmyyjille alimman sallitun vähittäismyyntihinnan, kertoi muidenkin jälleenmyyjien luvanneen sitä noudattaa ja korosti, että kyseessä oli kaikkien yhteinen etu. Kun jälleenmyyjä otti tämän huomioon asettaessaan oman vähittäishintansa, jälleenmyyjän ja Iittalan välillä oli yhteinen tahto ja tavoite, eikä jälleenmyyjän hinnoittelun tällöin voida katsoa olleen itsenäistä.<sup>258</sup>
300. Iittala käytti tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia välineenä, jolla tuotetta koskevat hinnoittelusäännöt tuotiin myös niiden jälleenmyyjien tietoon, jotka eivät niitä halunneet allekirjoittaa. Säännöt esiteltiin jakelutiesopimuksella myös tavarataloille ja ketjuille.<sup>259</sup> Iittala totesi tässä yhteydessä jälleenmyyjälleen jopa, että näiden kohdalla suullinen sopimus riittää.<sup>260</sup> Tällöin Iittala osin onnistui sopimaan määrä hinnasta suullisesti ja osin jälleenmyyjät huomioivat jakelutiesopimusten ehdot käytännön toimillaan, mutta kummassakaan tapauksessa jälleenmyyjien hinnoittelu ei ole ollut itsenäistä.
301. Iittalan 11.10.2007 laatiman ”Asiakaskohtainen sopimustilanne” otsikoidun taulukon mukaan mm. Tradekalla, Sokoksella ja Stockmannilla oli tänä ajankohtana voimassaoleva sopimus seuraavien tuotteiden osalta: 24h, Muumi, KoKo, Teema, Origo, Marimekko-tuotteet, Aalto ja Tris. Samat sopimukset olivat merkitty myös Anttila-tavarataloista Oulun ja Seinäjoen tavaratalojen kohdalle. Kodin Ykkösen kohdalle oli taulukkoon merkitty vain Aalto-sarjan sopimus.<sup>261</sup>
302. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto katsoo Iittalan sopineen jälleenmyyjänsä kanssa määrä hinnasta myös muilla keinoin kuin varsinaisen tuotekohtaisen jakelutiesopimuksen allekirjoittamisella. Määrä hintasopimus on syntynyt joko sopimalla suullisesti ja sähköpostilla tai jälleenmyyjän käytännön toimien seurauksena. Tähän arvioon ei vaikuta se, että Iittala on

<sup>258</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 13 (liitteen kohdassa 3.3 sähköposti 30.1.2007), 71, 86, 100, 106, 116, 152, 162, 163, 171, 173, 175 ja 203.

<sup>259</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 129, 135–141, 145, 147, 152, 153, 157, 162, 170 ja 231.

<sup>260</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 145.

<sup>261</sup> Kyseiset Iittalan 11.10.2007 taulukoimat sopimukset ovat viraston käsityksen mukaan Iittalan viittaamia suullisia sopimuksia, koska niitä ei Iittalan tiloista Kilpailuviraston suorittamilla tarkastuksilla löytynyt, eikä niitä myöskään saatu viraston haltuun jälleenmyyjille lähetetyillä selvityspyynnöillä.

joissain tapauksissa esittänyt ehdottoman vaatimuksen sijaan toiveen tietyn hintatason noudattamisesta. Sopimuksen muodon sijaan kilpailuoikeudellisesti ratkaisevaa on se, että ylemmälle ja alemmalle jakeluportaalle on syntynyt yhteisymmärrys noudatettavasta jälleenmyyntihinnasta.

#### 8.5.2.3 Määrähinnan muodostuminen sopimuksen osaksi tarjouksen hyväksymisen yhteydessä

303. Iittalan tarjouskampanjoiden kohdalla käyttämä menettely on ollut yhteneväinen kaikkien päivittäistavarakaupan ketjuihin kuuluvien tavaratalojen ja markettien kanssa. Iittala ja jälleenmyyjä ovat tarjouskampanjaa suunniteltaessa kirjanneet Excel-taulukkoon kunkin kampanjan kohdalle määrät, perusalennuksen, extra-alennuksen, kampanja-ajan ja muita kampanjaan liittyviä tietoja. Molempien osapuolien on ollut mahdollista täydentää tätä taulukkoa ja se on kampanjasta neuvoteltaessa useaan kertaan lähetetty sähköpostin liitteenä Iittalan ja jälleenmyyjän välillä. Kun kampanjaan liittyvistä tiedoista on päästy yksimielisyyteen, osapuolet ovat kirjanneet lomakkeeseen vahvistukseksi merkinnän ”ok”. Iittala on useassa tapauksessa sisällyttänyt tähän taulukkoon yllä mainittujen asioiden lisäksi tiettyjen tuotteiden kohdalle vähittäishintaan liittyvän määrähintaehdon.<sup>262</sup>
304. Virasto katsoo, että nämä määrähintalausekkeet ovat tulleet Iittalan ja jälleenmyyjän välisen sopimuksen osaksi. Jälleenmyyjät ovat hyväksyneet määrähintaehdon tilatessaan tuotteet tämän tarjousmenettelyn pohjalta.
305. Määrähintaehdon sisältäviä tarjoustaulukoita on laadittu kaikkien tavaratalojen ja markettien kanssa koko sillä ajanjaksolla, johon seuraamusmaksuesitys kohdistuu. Tarjoustaulukot ovat yksilöity tarkemmin edellä jaksossa 7.1. Kilpailuvirasto katsoo näiden taulukoiden merkitsevän sitä, että niissä sovituin osin Iittalan ja kyseisten jälleenmyyjien välillä on ollut sopimus määrähinnasta.<sup>263</sup>

#### 8.5.2.4 Määrähinnan noudattaminen alennusten saamisen edellytyksenä

306. Iittala on asettanut jälleenmyyjälle alennuksen saamisen ehdoksi, että jälleenmyyjän vähittäishinta on Iittalan ilmoittaman suositusinnan mukainen. Iittala on menetellyt näin sekä yksittäisten kampanjoiden alennusten että pitkäkestoisten vuosialennusten kohdalla.<sup>264</sup>

<sup>262</sup> Kyseiset tuotteet on yksilöity edellä esityksen kappaleessa 216.

<sup>263</sup> Iittala on 1.3.2010 vastineessaan kohdassa 4.2.2.3. väittänyt, että kyseiset Excel-taulukot eivät osoita väitettyä määrähinnoittelua. Iittalan vastineessaan esittämät väitteet eivät anna aihetta muuttaa Kilpailuviraston esitystä.

<sup>264</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 13 (liitteen kohdassa 3.3 sähköpostit 7.10.2005, 17.10.2006 ja 26.4.2007), 68, 73, 118, 130, 152, 221, 222, 223, 233 ja 237.

307. Tietyn hintatason noudattamisen asettaminen alennusten saamisen edellytykseksi merkitsee epäsuoraa vähittäishinnan määräämistä.<sup>265</sup> Iittalan menettely täyttää myös tältä osin määrähinnoittelun tunnusmerkistön.

#### 8.5.2.5 Iittalan suorittama hintaseuranta, toimituskiellolla uhkaaminen ja jälleenmyyjien asettaminen toimituskieltoon

308. Jälleenmyyjät ovat ajoittain pyrkineet kilpailemaan hinnalla toisten jälleenmyyjien ja Iittalan oman vähittäismyynnin kanssa. Iittala valvoi jälleenmyyjien vähittäishintoja tarkoituksena seurata sitä oliko hinnat nostettu jakelutiesopimuksen tasolle. Hintaseurantaan ryhdyttiin usein juuri silloin kun Iittalalla oli aihetta epäillä, että jälleenmyyjät eivät ole noudattaneet sovittua hintaa.<sup>266</sup> Iittala kiinnitti hintaseurannassa huomiota myös hyvin pieniin hinnan eroihin. Esimerkkinä voidaan mainita, että Prisman hinnoitellessa suositushinnaltaan 7,60 euroa olevan Teema-tuotteen vähittäishintaan 7,50 euroa ja Muumi-lautasen 17,00 euron suositushinnan sijasta vähittäishintaan 16,90 euroa, Iittalan piiripäällikkö raportoi tästä eteenpäin toimenpiteitä varten.<sup>267</sup> Havaittuaan jälleenmyyjän alittaneet suositushinnan Iittala reagoi poikkeamiin nopeasti vaatimalla nostamaan vähittäishinnan suositushinnan tasolle.<sup>268</sup> Jälleenmyyjät pelkäsivät, että Iittala ei toimita niille tuotteita, jos ne eivät noudata Iittalan vaatimia vähimmäishintoja. Iittala uhkasi toimituskiellolla myös silloin kun jälleenmyyjät eivät halunnut allekirjoittaa tuotekohtaista sopimusta sen sisältämän määrähintalausekkeen vuoksi. Asiakirjanäyttö osoittaa, että Iittala toteutti uhkauksen, jos jälleenmyyjä ei neuvotteluiden jälkeenkään suostunut allekirjoittamaan määrähintasopimusta. Iittala kertoi myös muille jälleenmyyjille asettaneensa tietyille jälleenmyyjille toimituskieltoja kun nämä eivät olleet suostuneet sitoutumaan sovittuun vähimmäishintaan.<sup>269</sup>
309. Iittalalla oli käytössään tiedonhallintajärjestelmä, jonka kautta jälleenmyyjien tilaukset otettiin vastaan ja tavarantoimitukset toteutettiin.<sup>270</sup> Asiakastietoihin oli mahdollista merkitä sopimustilanne ja näin varmistaa, ettei kyseisiä tuotteita toimitettu niille asiakkaille, jotka eivät olleet allekirjoittaneet sopimusta.<sup>271</sup>
310. Sekä määrähinnoittelun tehostaminen hintaseurannalla että jälleenmyyjän uhkaaminen toimituskiellolla ja sen toteuttaminen ovat itsessään kilpailun-

<sup>265</sup> Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 47.

<sup>266</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 75, 101, 131, 148, 210, 224, 232 ja 242.

<sup>267</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 105.

<sup>268</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 60, 73, 101, 143 ja 153.

<sup>269</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 28, 90, 91–94, 96, 99, 104, 148, 164, 209, 215 ja 216.

<sup>270</sup> Kilpailuvirasto on huomionnut Iittalan 1.3.2010 vastineen kohdassa 4.2.3.3. esitetyt väitteet. Vastine ei anna aihetta muuttaa Kilpailuviraston esitystä tältä osin.

<sup>271</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 216.

rajoituslain vastaista määrähinnoittelua.<sup>272</sup> Kilpailuvirasto katsoo, että toimiessaan edellä esitetyllä tavalla, Iittala on syyllistynyt kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen rikkomukseen.<sup>273</sup>

#### 8.5.2.6 Johtopäätös

311. Edellä esitetyn perusteella Kilpailuvirasto katsoo Iittalan menettelyn täyttävän kilpailunrajoituslain 4 §:ssä säädetyn määrähinnoittelun tunnusmerkistön.

### 8.6 Sopimus tai yhdenmukaistettu menettely jakelijoittain

312. Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun siitä alkaen, kun se on ensimmäisen kerran tehnyt jälleenmyyjän kanssa sopimuksen alimmasta sallitusta vähittäishinnasta. Rikkomus päättyy kun Iittala on luopunut tästä strategiasta. Tällä välillä rikkomuksen laajuus vaihtelee tuotteittain ja jakelijoittain. Iittala on ollut lainvastaisen sopimuksen osapuolena koko tämän ajan.
313. Seuraavassa virasto esittää määrähintasopimuksen syntymisen jakelijoittain, koska määrähinnan kilpailuoikeudellisessa arvioinnissa merkityksellistä on, että jälleenmyyntisopimuksen osapuolille on syntynyt määrähinnan noudattamisesta yhteinen tahto. Tämä yhteinen tahto ilmenee osin nimenomaisena sopimuksena ja osin jälleenmyyjien käytännön toimina.
314. Iittalan jälleenmyyjät ovat olleet menettelyssä hyvin erilaisissa asemissa. Jotkut jälleenmyyjät ovat kokeneet Iittalan painostaneen niitä ja näiden jälleenmyyjien intressissä olisikin ollut vapaampi vähittäishinnoittelu. Toiset jälleenmyyjät taas ovat viestittäneet Iittalalle halukkuudestaan jälleenmyyntihintatason nostamiseen ja ovat tällä osoittaneet, että Iittalalla ja jälleenmyyjällä on ollut yhteinen intressi saada myös muut jälleenmyyjät noudattamaan annettuja vähimmäishintoja. Menettelyn kilpailuoikeudellisen moitittavuuden kannalta on otettava huomioon, että mitä enemmän on ollut kyse luonteeltaan horisontaalisesta yhteistyöstä kuluttajahinnan kontrolloimiseksi Iittalan omien vähittäismyymntiliikkeiden sekä jälleenmyyjinä toimineiden tavaratalojen välillä, sitä tuomittavampana menettelyä on pidettävä.

---

<sup>272</sup> Komission tiedonanto, suuntaviivat EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamisesta vertikaalisiin sopimuksiin, EYVL C 291/1, 13.10.2000, kohta 47. Kts. myös markkinaoikeuden päätös K-Ruokakauppiasyhdistys ry ja Kesko Oyj MAO:648/09 Dnro 132/05/KR (21.12.2009) s. 80, päätöksessä annetaan merkitystä sille, että Keskolla oli sopimuksen mukaan mahdollisuus irtisanoa liikesuhde, jos hintoja ei noudateta.

<sup>273</sup> Kilpailuvirasto on huomionnut Iittalan 1.3.2010 vastineen kohdissa 4.2.3.1. ja 4.2.3.3. esitetyt väitteet. Vastine ei anna aihetta muuttaa Kilpailuviraston esitystä tältä osin.

### 8.6.1 Halpamyymälät ja erikoisliikkeet

315. Useat Iittalan jälleenmyyjinä toimivat halpamyymälät ja erikoisliikkeet ovat allekirjoittaneet määrähintaehtoon sisältäviä jakelutiesopimuksia vuosina 2005–2007 seuraavista tuotteista: KoKo, Tris, Origo, Teema, Alvar Aalto, Muumi, 24h, Nero, Primavera, Kivi ja Mariskooli. Virasto käsittelee tässä näitä jälleenmyyjiä yhtenä ryhmänä, vaikka nämä ovat itsenäisesti allekirjoittaneet sopimukset Iittalan kanssa. Jälleenmyyjät, tuotteet ja vuodet ovat yksilöity edellä kappaleessa 47. Ensimmäinen määrähintasopimus on allekirjoitettu 4.4.2005 KoKo-tuotesarjasta.<sup>274</sup>
316. Halpamyymälät eivät kuitenkaan aina noudattaneet allekirjoittamiaan määrähintasopimuksia, vaan ne ajoittain pyrkivät kilpailemaan Iittalan tuotteiden hinnalla. Joidenkin tuotteiden kohdalla osa halpamyymälöistä ensin myös kieltäytyi allekirjoittamasta kyseisiä sopimuksia. Iittala reagoi tähän asettamalla kyseiset yritykset toimituskieltoon.
317. Tämän osoittaa muun muassa Iittalan sisäinen sähköpostiviesti 9.1.2006, jossa todetaan Teeman osalta toimituskieltoon menevän Minimani, Säätöpörssi ja Tokmanni (Tokmannit, Vapaa-valinnat, Tarjoustalot, Maximakasiinit, Säästökuoppa ja Robin Hood). Viestissä todetaan Iittalan tehneen periaatepäätöksen siitä, että Teema-tuotteita ei toimiteta niille asiakkaille, jotka eivät allekirjoita kyseistä jakelutiesopimusta. Viestin mukaan toimitukset alkaisivat vasta kun sopimus on allekirjoitettu.<sup>275</sup>
318. Tavarain saamisen turvaamiseksi halpamyymälät olivat käytännössä pakotettuja allekirjoittamaan Iittalan laatimat jakelutiesopimukset. Iittalan ja edellä kappaleessa 47 yksilöityjen jälleenmyyjien välille on tällöin syntynyt sopimus määrähinnoittelusta. Iittalan rikkomus alkoi 4.4.2005, jolloin asiakirjanäytön mukaan ensimmäinen halpamyymälä allekirjoitti määrähintaehtoon sisältävän jakelutiesopimuksen.<sup>276</sup> Tähän arvioon ei vaikuta se, että osa jälleenmyyjistä pyrki ajoittain alittamaan määrähinnan.
319. Iittala toimitti 7.3.2008 Kilpailuvirastolle käyttöön ottamansa uudistetut jakelutiesopimusmallit, joissa edelleen suositeltiin hinnoiteltavan vallitsevan käytännön mukaisesti, mutta sopimuksen sanamuoto ei enää ollut jälleenmyyjiä velvoittava.<sup>277</sup> Tämä sinällään hintasuosituksenomainen lause viittaa Kilpailuviraston lainvastaiseksi katsomaan vallitsevaan käytäntöön ja on

---

<sup>274</sup> Iittala toteaa 1.3.2010 vastineessaan (s. 14 ja 20), että itse sopimusta ja tuotekohtaisia liitteitä tuli tulkita yhdessä ja liitteiden tuli olla alisteisia sopimuksille. Vastineen mukaan yhteistoiminta-/jakelusopimuksessa olevasta suositushintoihin liittyvästä kohdasta ilmeni selkeästi, että kyse oli suositushinnoista ja tämä oli ohjenuorana myös tuotekohtaisia liitteitä tulkittaessa. Iittalan väite ei anna aiheutta muuttaa esitystä.

<sup>275</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 99.

<sup>276</sup> Kodin Tuulia on 4.4.2005 allekirjoittanut KoKo-tuotteet jakelutiesopimuksen.

<sup>277</sup> Iittala ilmoitti Kilpailuvirastolle useiden jälleenmyyjien jo allekirjoittaneen kyseiset sopimukset KoKo-, Teema-, Aalto-, Muumi- ja 24h-sarjoista.

siksi epäselvä. Iittalan olisi tullut tässä vaiheessa yksiselitteisesti lopettaa aikaisempi käytäntö. Iittalan olisi tullut viestittää tästä oma-aloitteisesti kaikille jälleenmyyjilleen, jotta myös ne, jotka eivät ole ymmärtäneet kyseensalaistaa vallitsevaa käytäntöä, olisivat tulleet tietoisiksi käytännön muuttumisesta. Kilpailuvirasto ei kuitenkaan katso aiheelliseksi esittää seuraamusmaksua tämän sopimuksen nojalla.<sup>278</sup>

320. Iittala esitti 5.5.2008 Kilpailuvirastolle uuden jakelutiesopimusmallin, jossa ei enää asetettu vähimmäishintaan liittyviä ehtoja.<sup>279</sup>
321. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto toteaa jälleenmyyjien hyväksyneen Iittalan asettaman määrähinnan allekirjoittaessaan lainvastaisen ehdon sisältävän sopimuksen. Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun ajalla 4.4.2005–31.12.2007.

#### 8.6.2 Kesko Oyj

322. Iittalan valmistamat tuotteet ovat olleet Keskon valikoimissa Anttila-, Kodin Ykkönen- ja K-citymarket -ketjuissa.
323. Kesko on todennut virastolle asiaa selvittäessä, että Keskoon kuuluvat ketjut eivät ole allekirjoittaneet Iittalan laatimia ja Keskolle toimittamia tuotekohtaisia vähittäishinnoittelua määrääviä sopimuksia. Keskon mukaan Iittalan valmistamat tuotteet ovat hinnoiteltu itsenäisesti omista kate tavoitteista ja lähtökohdista käsin.<sup>280</sup>
324. Kilpailuvirasto toteaa tämän olevan ristiriidassa asiakirja-aineiston kanssa. Kirjallisesta näytöstä ilmenee, että Kesko on pitänyt Iittalan antamia hinnoitteluohjeita itseään sitovina ja pääosin asettanut vähittäishinnat niitä noudattaen.
325. Asiakirjanäytöstä ilmenee, että Kesko on myös Iittalan käsityksen mukaan noudattanut Iittalan sille antamia hinnoitteluohjeita. Tämä ilmenee muun muassa Iittalan laatimasta käyntiraportista 18.11.2005, jossa Iittala toteaa K-citymarkettien hinnoittelevan Teema-sarjan pääosin hinnoitteluohjeiden mukaisesti.<sup>281</sup> Lisäksi tämä ilmenee Iittalan 21.12.2005 Keskolle lähettä-

---

<sup>278</sup> Iittala toteaa vastineessaan 1.3.2010 (s. 80–81), ettei Iittalan käytäntöihin kriittisimmin suhtautuneille jälleenmyyjille jäänyt epäselväksi, että kyse oli sitomattomista suosituksista. Oikeuskäytännön mukaan rikkomuksen voidaan katsoa jatkuneen huolimatta siitä, että rikkomuksen laajuudessa on ollut muutoksia, siihen saakka kun se on kokonaisuudessaan loppunut kts. Yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio, asia T-325/01, DaimlerChrysler AG v. komissio 15.9.2005, kohdat 213–216. Katso lisäksi Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio, asia C-551/03, General Motors BV v. komissio 6.4.2006, kohta 87, josta laajemmin julkisasiamies Tizzanon asiassa antamassa lausunnossa, kohta 90.

<sup>279</sup> Iittalan 5.5.2008 Kilpailuvirastolle toimittama selvitys, Kilpailuvirasto ei tässä vaiheessa enää selvittänyt milloin jälleenmyyjät täsmälleen allekirjoittivat uusitun sopimusmallin.

<sup>280</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 4, 11 ja 236.

<sup>281</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 86.



- mästä Teeman uudelleen lanseerausta koskevasta sähköpostiviestistä. Iittala toteaa kyseisessä vähittäishintatasoa koskevassa viestissä Teeman jakelutiesopimuksessa määriteltyjen kriteerien täyttyvän Keskon kohdalla.<sup>282</sup>
326. Iittalan suorittaman hintaseurannan johdosta Iittalan käsitystä siitä, milloin jälleenmyyjä on noudattanut sille annettua vähimmäishintaa, voidaan pitää luotettavana. Niiltä osin kuin Iittala on todennut jälleenmyyjän noudattavan annettua vähimmäishintatasoa, virasto katsoo yhteisymmärryksen alimmasta sallitusta hinnasta olleen olemassa.
327. Iittalan itse laatimien asiakirjojen lisäksi näyttö sisältää useita Keskon ja Iittalan välisiä sähköpostiviestejä Iittalan määräämään vähimmäishintaan liittyen.
328. Esimerkkinä Iittalan antaman vähimmäishinnan sitovuudesta ja sen noudattamisesta voidaan mainita KoKo-sarjasta huhti-toukukuussa 2006 käyty Iittalan ja Keskon välinen sähköpostikirjeenvaihto.<sup>283</sup> Sähköpostiviestissä Keskon edustaja ilmoitti Iittalalle ajankohdan jolloin Kesko nostaa kyseisen tuotteen vähittäishinnan Iittalan pyytämälle tasolle. Luvatussa nostaa hinnan Keskon edustaja kuitenkin kysyi, eikö kyseisessä tapauksessa suositushintaa voisi pitää ohjeellisena. Iittala vastasi ettei voida, koska tarkoituksena oli varmistaa, että kaikki jälleenmyyjät pitävät saman hintatason ja saavat näin hyvän katteen.
329. Lisäksi Iittalan ja Keskon välisestä lokakuussa 2006 käydystä Aalto-kynttilälyhtyyn liittyvästä sähköpostikirjeenvaihdosta käy ilmi, että Kesko piti Iittalan antamia vähimmäishintaohjeistuksia itseään sitovina. Viesteissä Kesko pyytää Iittalalta lupaa suunnittelemaansa kampanjaan ja päättää kampanja-alennuksensa suuruuden vasta kun kuluttaja-alennukseen liittyen on saatu Iittalalta nimenomainen lupa.<sup>284</sup> Samankaltainen tilanne toistuu Aalto-tuotteiden kohdalla lokakuussa 2007. Kampanjaa suunniteltaessa Kesko pyytää Iittalaa useaan kertaan täsmentämään minkä suuruinen kuluttaja-alennus kampanjassa saa olla.<sup>285</sup>
330. Keskon ja Iittalan välisessä sähköpostikirjeenvaihdossa tammikuussa 2007 keskustellaan puolestaan Muumi-mukin vähittäishinnasta. Kesko on näissä sähköpostiviesteissä ilmoittanut nostavansa Muumi-mukin hinnan Iittalan pyytämälle tasolle, jos kilpailijatkin suostuvat nostamaan. Jo tämä osoittaa, että Keskon hinnoittelu ei ole ollut itsenäistä. Lisäksi Kesko ilmoitti myöhemmin päivämäärän, jolloin kyseisen tuotteen hinta tullaan nostamaan. Kilpailuvirasto katsoo näissä keskusteluissa Keskon ja Iittalan välille syn-

<sup>282</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 91 ja 92.

<sup>283</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 69.

<sup>284</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 110.

<sup>285</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 116.

tyneen yhteisymmärrys tuotteen alimmasta sallitusta vähittäishinnasta. Yhteisymmärrys on syntynyt jo siinä vaiheessa, kun Kesko lupaa nostaa hinnat sillä ehdolla, että kilpailijatkin noudattavat annettua hintaa. Tämä ei tee suostumuksesta siinä mielessä ehdollista, että yhteisen tahdon ei voitaisi katsoa syntyneen, sillä Kesko on ilmaissut oman aikomuksensa Iittalalle.<sup>286</sup>

331. Myöhemmin saman vuoden lokakuussa Kesko kysyi sähköpostitse Iittalalta, onko Muumin hintasopimus lakannut toimimasta. Kesko kysyi lisäksi lopettaako Iittala tavarantoimitukset niille jälleenmyyjille, jotka eivät noudata hintasopimusta. Kesko ilmoitti, että muuten myös Kesko alkaa kilpaila hinnalla. Tämä osoittaa, että edelleen kyseisenä ajankohtana Kesko asetti Muumi-mukin vähittäishinnan Iittalan kanssa tekemänsä sopimuksen mukaisesti. Keskon edustaja toteaa tämän nimenomaisesti sähköpostiviestissä Iittalalle. Iittala vastaa Keskon lukuisiin viesteihin vasta 1.11.2007 todeten, ettei voi vaikuttaa asiakkaidensa hinnoitteluun.<sup>287</sup>
332. Kilpailuvirasto katsoo tämän osoittavan, että tähän asti Iittalan ja Keskon välillä oli ainakin kyseisen tuotteen kohdalla voimassa määrähintasopimus. Iittala muutti käytäntöään 1.11.2007 sen ilmoittaessa jälleenmyyjälleen, ettei tällä ole enää velvollisuutta noudattaa Iittalan määräämää vähittäishintaa.
333. Asiakirja-aineistosta ilmenee toisaalta myös, että Keskon ketjuihin kuuluvat yritykset myös poikkesivat osin Iittalan antamista vähittäishinnoista ilman Iittalan lupaa.<sup>288</sup> Virasto toteaa tämän olevan luonnollista, koska Keskolla on ollut myynnissä laaja valikoima Iittalan valmistamia tuotteita ja kaikkien näiden kohdalla Iittala ei ole kaikkina ajankohtina pystynyt sitovasti määräämään vähittäishintoja.
334. Virasto toteaa lisäksi, että Keskon kuuluvien ketjujen ja Iittalan välillä on vuosina 2005–2007 hyväksytty useita kampanjatarjouksia, joiden ehtona on ollut määrähinnan noudattaminen.<sup>289</sup> Virasto katsoo tämän osaltaan osoittavan, että vähimmäishintoja koskevat ehdot olivat osa sopimussuhdetta. Ensimmäinen tämän osoittava viraston hallussa oleva Keskon kanssa tehty tarjoustaulukko on päivätty 27.7.2005.
335. Keskon kohdalla kampanjoiden lisäksi vuosina 2006 ja 2007 myös pitkäkestoisista vuosialennuksista sovittaessa Iittala asetti usean tuotteen kohdalla alennuksen edellytykseksi määrähinnan noudattamisen.<sup>290</sup>

---

<sup>286</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 132, 133, 135-141, 144 ja 149.

<sup>287</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 157, 159, 161, 162 ja 163.

<sup>288</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 82 ja 171.

<sup>289</sup> Kampanjatarjoustaulukot yksilöity edellä kappaleessa 217.

<sup>290</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 222 ja 223.

336. Keskkoon kuuluvien ketjujen kohdalla esityksen liitteenä oleva asiakirja-aineisto kokonaisuudessaan osoittaa, että yritysten välillä oli yhteisymmärrys sovellettavasta vähittäismyyntihintatasosta, vaikka Kesko on ajoittain poikennut joidenkin tuotteiden kohdalla Iittalan antamasta vähimmäishinnasta. Virasto katsoo, että poikkeamisista huolimatta voidaan todeta Iittalan vaikuttaneen Keskon vähittäishintoihin.
337. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto toteaa asiakirjanäytön osoittavan, että Iittalan ja Keskon välillä oli 27.7.2005–1.11.2007 määrähinnasta sopimus tai yhdenmukaistettu menettelytapa. Näin ollen Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnointiluun.

#### 8.6.3 S-ryhmä

338. S-ryhmän ketjuista Iittalan tuotteet ovat olleet valikoimissa pääasiassa Sokos-tavarataloissa ja Prisma-marketeissa.
339. SOK totesi vastauksessaan Kilpailuviraston selvityspyyntöön, että SOK:n taholta on suhtauduttu yleisesti ottaen torjuvasti Iittalan vähittäishinnointilua koskeviin ohjeisiin ja ehdotuksiin. Tämän vuoksi SOK ja Intrade Partners Oy eivät allekirjoittaneet Iittalan niille toimittamia määrähintaehdon sisältäviä tuotekohtaisia jakelutiesopimuksia.<sup>291</sup>
340. Kirjallinen näyttö kuitenkin osoittaa, että vaikka S-ryhmän ketjut eivät ole allekirjoittaneet määrähintasopimusta, ovat sekä Prisma että Sokos pääosin noudattaneet Iittalan antamaa vähimmäishintaa. Asiakirjoista ilmenee, että Prisma noudatti vähimmäishintoja osin vastentahtoisesti tavarantoimittajan saamisen turvaamiseksi ja pyrki myös alittamaan ne. Sokoksen kohdalla taas Iittalan asettama määrähinta vastasi Sokoksen omia katetavoitteita ja Iittalan asettaman hinnan noudattaminen ei ollut ongelmallista.
341. Sähköpostiviestissä 6.5.2005 Prismalta Iittalalle todettiin Iittalan asettaneen Mariskoolin myyntiin saamiselle ehdoksi, että kampanjoissa tuotteen vähittäishintaa alennetaan korkeintaan 20 % ohjevähittäishinnasta ja normaali myyntihinta saa olla maksimissaan 5 % halvempi kuin Iittalan suositushinta. Prisma totesi viestissään Iittalalle, että näitä säännöksiä oli tarkasti noudatettu. Prismassa oli havaittu, että Anttila ja Kodin Ykkönen kuitenkin mainostivat Mariskoolia näistä säännöistä poiketen ja siksi viestissä kysyt-

---

<sup>291</sup> SOK:n vastasi 22.5.2007 Kilpailuviraston selvityspyyntöön. SOK:n vastaus koski S-ryhmän käyttötavarakaupan organisaatiota pitäen sisällään Intrade Partners Oy:n hankinta- ja logistiikkayhtiön toiminnan ja käyttötavaroita myyvät Sokos, Prisma, S-market ja ABC-ketjut, seuraamusmaksuesityksen liitteenä 13.

- tiin Iittalalta, mitkä olivat uudet säännöt vai eivätkö samat säännöt koskeneetkaan kaikkia jälleenmyyjä.<sup>292</sup>
342. Viestistä käy ilmi, että Prisma piti Iittalan antamaa vähimmäishintaa sitovana ja oli noudattanut sitä. Lisäksi käy ilmi, että oleellinen osa sopimusta oli se, että muutkin jälleenmyyjät sitoutuivat samoihin sääntöihin.
343. Sama ilmenee Prisman Iitalalle 6.6.2006 lähettämästä sähköpostiviestistä, jossa todettiin Iittalan antamia ovh-hintoja mm. Aalto-tuotteiden osalta noudatetun sovitussa rajoissa, mutta jos kilpailijat eivät niitä noudata, lähitisi Prisma-ketjukiin mukaan hintakilpailuun. Viestissä pyydettiin Iittalan kommenttia tilanteeseen.<sup>293</sup> Iittala vastasi viestiin samana päivänä pyytäen, että Prisma ei kilpailijoiden hinnoittelun vuoksi alentaisi hintoja. Sen sijaan Iittala lupasi pyrkiä korjaamaan tilanteen kilpailevien jälleenmyyjien kohdalla.<sup>294</sup>
344. Muumi-mukin kohdalla alkuvuoteen 2007 ajoittuva vähittäismyyntihintatasonkorotusta koskeva sähköpostikirjeenvaihto osoittaa myös osaltaan S-ryhmän noudattaneen Iittalan määrittämiä vähimmäishintoja.
345. Iittalan sähköpostiviesteissä S-ryhmän ketjuille todettiin Muumi-mukin hintatason korotuksesta sovitun kaikkien jälleenmyyjien kanssa ja, että kaikkien olisi tarkoitus korottaa vähittäishintaa yhtä aikaa. Lisäksi Iittala mainitsi, että kaksi asiakasta, jotka eivät olleet korottaneet Muumi-mukin hintaa, olivat jo toimituskiellossa. Lisäksi Iittala kertoi nimenomaisesti, että Prisman pääkilpailija odottaa hinnankorotuksessa Prisman ratkaisua.<sup>295</sup>
346. Iittalan sisäisessä sähköpostiviestissä todettiin Prisman ilmoittaneen, että Prisma nostaa Muumi-mukin hinnan 1.3.2007 alkaen. Lisäksi Iittala katsoi Sokos-tavaratalojen hinnoittelun olevan linjassa sen kanssa mitä kaikkien asiakkaiden kanssa oli sovittu.<sup>296</sup> Tämä osoittaa, että S-ryhmän ketjujen vähittäishinnoittelu ei ollut itsenäistä. Vähittäishintoja korotettiin yhteisymmärryksessä Iittalan kanssa tämän kehotuksesta.
347. Lisäksi Iittala asetti määrahinnan noudattamisen ehdoksi kausialennusten saamiselle. Tämä täyttää jo itsessään määrahinnoittelun tunnusmerkistön. Sähköpostiviestissä Sokokselle Iittala totesi, että Teeman kausialennukset voidaan hyväksyä, mikäli Teema-sarjan uudistuksen ja irtomyyntiin siirtymisen yhteydessä tapahtuvat hintatasonkorjaukset toteutuvat kokonaisuudessaan.<sup>297</sup> Teeman kausialennuksen ehdoksi asetettu hintatasonkorjaus

<sup>292</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 170.

<sup>293</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 106.

<sup>294</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 107.

<sup>295</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 135–141, 146 ja 153.

<sup>296</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 148, 152 ja 154.

<sup>297</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 13 (liitteen kohdassa 3.3 sähköposti 7.10.2005).

ilmeisesti myös toteutui, koska Iittala totesi pian tämän jälkeen sähköpostissaan Sokokselle Teeman jakelutiesopimuksen kriteerien, kuten hintatason, täyttyvän tämän kohdalla.<sup>298</sup> Iittala menetteli samoin kampanja-alennusten kohdalla. Iittala asetti S-ryhmälle kampanja-alennuksen ehdoksi, että kuluttaja-alennus ei saa olla Iittalan määräämää suurempi ja joidenkin tuotteiden kohdalla jopa, että kampanjan yhteydessä ei saa antaa kuluttajille lainkaan alennusta.<sup>299</sup> Virasto toteaa, että myös tämä jo itsessään osoittaa Iittalan syyllistyneen määrähinnoitteluun.

348. Lisäksi kappaleessa 217 yksilöidyistä tarjouskampanjataulukoista ilmenee, että S-ryhmän ketjut sitoutuivat Iittalan määräämiin hinnoittelusääntöihin useissa tarjouskampanjoissa vuosina 2005–2007. Virasto katsoo, että määrähintasopimus syntyi S-ryhmän ja Iittalan välille myös jälleenmyyjän hyväksyessä tarjouksen, jonka ehtona oli määrähintalauseke.
349. Kilpailuvirasto katsoo, että asiakirjanäytöstä ilmenee S-ryhmän pitäneen Iittalan antamia vähimmäishintoja itseään sitovina ja että S-ryhmässä on niitä pääosin noudatettu. Virasto toteaa, että Prisma pyrki ajoittain kilpailemaan hinnalla Iittalan valmistamien tuotteiden kohdalla, mutta tämä ei muuta sitä johtopäätelmää, että vähimmäishinnasta oli pääosin sovittu. Myöskään se, että Iittalan antama vähimmäishinta sopi Sokoksen omaan katetavoitteeseen ja siksi se ei kokenut olevansa ”pakotettu” noudattamaan hintaa, ei merkitse sitä, ettei vähimmäishinnasta tulisi katsoa syntyneen yhteinen tahto näiden yritysten välille. Ilman Iittalan hinnoitteluohjeita ja kilpailevien jälleenmyyjien hinnoittelukäyttäytymisestä kertovia viestejä olisivat S-ryhmän ketjujen vähittäishinnat todennäköisesti muodostuneet toisenlaisiksi.
350. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto toteaa asiakirjanäytön osoittavan, että Iittalan ja S-ryhmän välillä oli 6.5.2005–11.10.2007 määrähinnasta sopimus tai yhdenmukaistettu menettelytapa.<sup>300</sup> Näin ollen Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun.

#### 8.6.4 Stockmann Oyj Abp

351. Stockmannilla Iittalan tuotteet ovat valikoimissa Stockmann-tavarataloissa ja Hobby Hallissa. Stockmann on todennut Kilpailuvirastolle, että kaikki Iittala-tuotteet hinnoitellaan itsenäisesti kilpailu- ja markkinatilanteen ehtoilla. Stockmann on tutustuttuaan selvitystyön aikana kertyneeseen materiaaliin kuitenkin täsmentänyt Stockmannin lähtökohtana olevan vähittäis-

<sup>298</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 93.

<sup>299</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 13 (liitteen kohdassa 3.3 sähköposti 26.4.2007) ja 68.

<sup>300</sup> Iittalan laatimassa ”Asiakaskohtainen sopimustilanne” taulukossa Sokoksen kohdalle on 11.10.2007 merkitty tuotteet: 24h, Muumi, KoKo, Teema, Origo, Marimekko-tuotteet, Aalto ja Tris, seuraamusmaksuesityksen liite 185.

hinnoitella tuotteet täysin itsenäisesti omien katetavoitteiden ja markkinatilanteen ehdoilla, mutta Iittalan kanssa on tässä suhteessa ollut ongelmia, sillä Iittalan taholta oli havaittavissa pyrkimyksiä vaikuttaa Stockmannin vähittäismyyntihintoihin. Stockmann toteaa, että sähköpostikirjeenvaihdon perusteella vaikuttaa todennäköiseltä, että ostajat ovat tulkinneet Iittalan suositushintoja ja alennuksia koskevat ”pelisäännöt” painostukseksi siinä määrin, että henkilötason yhteistyön jatkuvuuden varmistamiseksi he ovat kokeneet olevansa ”pakotettuja” keskustelemaan tavarantoimittajan kanssa myös Stockmannin omista vähittäishinnoista.<sup>301</sup>

352. Kilpailuvirasto katsoo asiakirjanäytön osoittavan, että Stockmannin vähittäishinnoittelu Iittalan tuotteiden kohdalla ei ole ollut itsenäistä, vaan Stockmann on noudattanut Iittalan antamaa vähimmäishintaa.
353. Iittalan laatimista muistioista ilmenee, että tämä on ollut myös Iittalan käsitys. Muun muassa tämä ilmenee Iittalan 2.6.2005 Stockmannilla tehdystä asiakaskäynnistä laatimasta muistiosta, jonka mukaan Stockmann oli kritisoinut Iittalan tiukkaa suhtautumista ”Hullujen Päivien” kampanjalennuksiin. Muistion mukaan Stockmann totesi kilpailijoiden myyvän Iittalan klassikkotuotteita normaalisti ”Hullujen Päivien” hintaa, vaikka Stockmann ei saa lupaa myydä vastaavia tuotteita kampanjassa haluamallaan kuluttajahinnalla. Stockmann oli korostanut, että heillä kuitenkin on myynnissä koko Iittalan valikoima lähes Iittalan vähittäishinnastohinnoilla. Virasto katsoo tämän osoittavan, että Stockmann on huomioinut Iittalan asettaman vähimmäishinnan.<sup>302</sup>
354. Myös Iittalan ja Stockmannin välisistä sähköpostiviesteistä ilmenee, että Stockmann noudatti kampanjahinnoittelussaan Iittalan antamia vähimmäishintasääntöjä.<sup>303</sup> Stockmannin ostaja pyysi, että Aallon kampanjahinnasta ”Hulluilla Päivillä” voitaisiin vielä keskustella. Iittala kuitenkin totesi, että vähittäishintatarjous täytyy rajata normaalin kanta-asiakastarjouksen tasolle, koska Aalto-sarjan kohdalla oli valtakunnan tasolla käynnissä hintatasoa korjaavat toimenpiteet.<sup>304</sup> Jo se, että Stockmann pyysi Iittalalta, että kampanjatarjouksen kuluttajahinnasta voitaisiin keskustella kuvastaa sitä, että Stockmann on pitänyt Iittalan antamia ohjeita itseään sitovina.
355. Iittala lähetti usealle jakelijalle, mukaan lukien Stockmann, Muumi-mukia koskevan sähköpostiviestin 26.1.2007, jossa todettiin kaikkien asiakkaiden kanssa keskustellun yhteisestä tavoitteesta korottaa Muumi-mukin normaali-

<sup>301</sup> Seuraamusmaksuesityksen liitteet 14 ja 246.

<sup>302</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 203.

<sup>303</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 109.

<sup>304</sup> Kilpailuviraston 14.5.2009 Stockmannilta saaman selvityksen mukaan kyseisessä Aalto-kampanjassa toteutunut kampanjalennus oli 25 %, seuraamusmaksuesityksen liite 37.

- lihintaa ja sitä kautta myös kampanjahintoja.<sup>305</sup> Viestissä todettiin kaikkien jälleenmyyjien vakuuttaneen, että nostavat Muumi-mukin hinnan, jos muutkin nostavat. Viestissä pyydettiin vahvistamaan milloin hinnankorotus näkyy myymälöissä.
356. Hobby Hall vastasi kyseiseen viestiin, että sopimusta ei voida heti allekirjoittaa, mutta periaatteessa yhteinen hinnankorotus on ok, jos kaikki jälleenmyyjät tulevat sitä noudattamaan.<sup>306</sup> Pyytäessään lupaa kampanjaohjeistuksesta poikkeavaan ”Hullut Päivät” kampanjahintaan, Stockmann ilmoitti normaalihinnan Muumi-mukissa seuraavan suositushintaa.<sup>307</sup> Kilpailuvirasto katsoo tämän osoittavan, että Stockmann ja Hobby Hall olivat sitoutuneet noudattamaan Iittalan määräämää vähimmäishintaa.
357. Lisäksi Stockmann totesi syksyn 2007 ”Hulluista Päivistä”, että Iittalan tarjoamat tuotteet mahdollistaisivat onnistuneen kampanjan, jos ongelmaksi ei muodostuisi vähittäishinnoittelu. Stockmann oli liittännyt viestiin suunnittelemaansa kampanjahintoja, joista Iittala totesi Mariskoolin osalta, ettei Stockmannin suunnittelemaa hinnoittelua voitu hyväksyä.<sup>308</sup> Iittalan kieltänytä Stockmannin suunnitteleman kampanjahinnan, Stockmann jätti Mariskoolin kokonaan pois kampanjasta.<sup>309</sup> Kilpailuvirasto toteaa tältäkin osin, ettei Stockmannin vähittäishinnoittelu ollut itsenäistä.
358. Asiakirjanäytöstä kokonaisuudessaan käy ilmi, että Stockmann pääsääntöisesti noudatti Iittalan antamia hinnoitteluohjeita ja oli tietoinen myös siitä, että muutkin jälleenmyyjät noudattivat. Tällöin ei voida katsoa, että Stockmannin viittaama kilpailu- ja markkinatilanteen ehdoilla tehty vähittäishinnoittelu olisi itsenäistä. Iittalan kanssa saavutettu yhteisymmärrys ilmenee lukuisista sähköpostiviesteistä, joissa Stockmann pyytää lupaa poiketa hinnoittelusäännöistä. Asiakirjoista ilmenee myös, että pääsääntöisesti Iittala ei antanut tähän lupaa.
359. Lisäksi kappaleessa 217 yksilöidyistä taulukoista ilmenee, että Stockmann sitoutui Iittalan määräämiin hinnoittelusääntöihin useissa tarjouskampanjoissa vuosina 2005–2007. Virasto katsoo, että määrähintasopimus syntyi Stockmannin hyväksyessä tarjouksen, joka sisälsi määrähintaehtoa.
360. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto toteaa asiakirjanäytön osoittavan, että Iittalan ja Stockmannin välillä oli 2.6.2005–11.10.2007 määrä hinnasta

<sup>305</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 138.

<sup>306</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 145.

<sup>307</sup> Stockmann oli todennut sähköpostiviesteissä Iittalalle, että Hulluilla Päivillä ei voida myydä Muumi-mukia kalliimmalla kuin 10,50 euroa. Stockmannin virastolle 14.5.2009 toimittaman selvityksen mukaan Stockmannin toteutunut kuluttajahinta oli kuitenkin 10,90 euroa, seuraamusmaksuesityksen liitteet 37 ja 152.

<sup>308</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 175.

<sup>309</sup> Stockmannin Kilpailuvirastolle 14.5.2009 toimittama vähittäishintataulukko, seuraamusmaksuesityksen liite 37.

sopimus tai yhdenmukaistettu menettelytapa.<sup>310</sup> Näin ollen Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun.

#### 8.6.5 Tradeka Oy

361. Suomen Lähikauppa Oy toimi seuraamusmaksuesityksen kattamalla ajanjaksolla nimellä Tradeka Oy. Iittalan tuotteet olivat Tradekan valikoimissa pääasiassa Euromarketeissa.
362. Tradeka ei allekirjoittanut Iittalan laatimia ja sille toimittamia tuotekohtaisia määrähintaehdon sisältäviä sopimuksia. Tradeka on todennut vastauksessaan viraston selvityspyyntöön Iittalan ohjeistaneen Tradekaa suullisesti Iittalan ja Arabian tuotteiden hinnoittelun osalta. Tradeka on todennut kuitenkin hinnoitelleensa Iittalan tuotteet oman hinnoittelupolitiikkansa mukaan, pohjautuen pääasiallisesti Tradekan tuoteryhmäkohtaisesti asetettuihin katetavoitteisiin. Suosituimpien tuotteiden osalta, joista kuluttajalla saattoi olla hintamielikuva, Tradeka vastauksensa mukaan tarkasti laskennallisesti hinnoittelupäätöstä tehtäessä hinnoittelusuositusten alarajan, joskaan tällä ei ole ollut suoraa vaikutusta hinnoittelupäätökseen. Tradekan mukaan suositushintoja ja niiden suositeltua vaihteluväliä enemmän hinnoittelupäätöksiin vaikutti katetavoitteen lisäksi tuotteiden aiempi hinnoittelu ja markkinoiden hintataso.<sup>311</sup>
363. Kilpailuvirasto toteaa tämän olevan ristiriidassa asiakirja-aineiston kanssa. Kirjallisesta näytöstä ilmenee, että Tradeka on suurelta osin noudattanut Iittalan määräämiä vähimmäishintoja.
364. Iittala on 21.12.2005 lähettänyt useille jälleenmyyjille, mukaan lukien Tradeka, sähköpostiviestin Teeman jakelutiesopimusta koskien. Vähittäishintatasoa koskevassa viestissä todetaan jakelutiesopimuksen vaatimusten täyttyvän Tradekan kohdalla. Iittala pyytää kuitenkin allekirjoittamaan sopimuksen.<sup>312</sup> Tradeka vastasi Iittalan viestiin vielä samana päivänä todeten, että Tradeka on lähdössä mukaan Iittalan tuotteiden hintatason oikaisuun yhdessä Iittalan kanssa ja sen aloitteesta. Vastauksessa kysyttiin kuitenkin voidaanko olla varmoja, ettei Tradeka pelaa itseään ulos nostamalla kyseisen tuotesarjan hintaa.<sup>313</sup> Iittala vakuutti Tradekalle, että Teeman osalta

---

<sup>310</sup> Iittalan laatimassa ”Asiakaskohtainen sopimustilanne” taulukossa Stockmannin kohdalle on 11.10.2007 merkitty tuotteet: 24h, Muumi, KoKo, Teema, Origo, Marimekko-tuotteet, Aalto ja Tris, seuraamusmaksuesityksen liite 185.

<sup>311</sup> Tradekan vastaus 24.5.2007 viraston selvityspyyntöön, seuraamusmaksuesityksen liite 15.

<sup>312</sup> Iittalan vähittäiskaupan myyntipäällikkö on 21.12.2005 lähettänyt useille jälleenmyyjille, mukaan lukien Tradekalle, sähköpostiviestin Teeman jakelutiesopimusta koskien, seuraamusmaksuesityksen liite 94.

<sup>313</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 95.



halpakauppaketjuille ei tulla toimittamaan tavaraa, ennen kuin ne allekirjoittavat sopimukset.<sup>314</sup>

365. Myös sähköpostikirjeenvaihdossa 17.5.2006 Tradekan ja Iittalan välillä Muumi-mukia koskien ilmenee Tradekan tarkoitus noudattaa Iittalan ilmoittamia vähittäishintoja. Tradekan Muumi-muki kampanja oli ilmeisesti ollut Iittalan antamien vähimmäishinnoitteluohjeiden vastainen, koska Tradeka totesi Iittalalle, että jos Tradeka olisi ollut tietoinen Iittalan pyrkimyksestä Muumi-mukin hinnan suhteen, tilanne olisi voitu välttää. Lisäksi yritysten välillä käytiin keskustelua siitä, miten pitkään kampanjahinnoittelua voitiin jatkaa.<sup>315</sup>
366. Myös Tradeka sai 26.1.2007 Iittalalta sähköpostiviestin Muumi-mukin hintatason korotuksesta. Iittala kirjoitti, että hintatason korotuksesta oli keskusteltu kaikkien asiakkaiden kanssa ja, että tavoitteena oli korottaa hinta 2.1.2007 alkaen.<sup>316</sup> Tradekalta vastattiin kyseiseen viestiin samana päivänä, että Muumi-mukien uudet hinnat tulevat voimaan 1.3.2007, koska heidän tulee toimia valikoimajaksotuksen mukaisessa aikataulussa. Tradekan viestitettyä Iittalalle hinnankorotuksen aikataulun, Iittalan sisäisessä sähköpostissa pohdittiin aiheutuuko tästä toimitusvaikeuksia tai kampanjoihin liittyviä vaikeuksia, koska Iittalalla tätä hinnankorotus päivämäärää pidettiin liian myöhäisenä.<sup>317</sup> Hinnankorotuksen päivämäärästä keskusteltiin mahdollisesti uudelleen Tradekan ja Iittalan välillä, koska 30.1.2007 Tradeka palasi asiaan sähköpostitse ilmoittaen, että Muumi-mukin hinta muutetaan jo 6.2. alkaen.<sup>318</sup>
367. Tradekan pyrkimyksestä noudattaa Iittalan asettamia vähimmäishintoja kertoo myös Tradekan 30.1.2007 Iittalalle lähettämä sähköpostiviesti. Siinä Tradekan edustaja totesi, että 24h-tuotteiden jakelutiesopimus oli jäänyt heillä vahingossa huomioimatta vähittäishinnoittelussa. Tradeka kertoi korjaavansa kyseiset hinnat ja kysyi Iittalalta, sopiiko että hinnankorjaus tulee voimaan vasta 6.2.2007.<sup>319</sup> Kilpailuvirasto katsoo tämän osoittavan, että sopijaosapuolien välillä vallitsi yhteisymmärrys vähimmäishinnoista.
368. Lisäksi Iittalan ja Tradekan välinen yhteisymmärrys vähimmäishinnan suhteen ilmenee Ote-lasin kampanjointiin liittyvästä sähköpostikirjeenvaihdosta, jossa Tradeka toteaa, ettei muista kyseisen tuotteen kohdalla kampanjointia kieltävää ohjeistusta. Viestissä todetaan, että Tradeka pyrkii aina huomioimaan sellaisen ohjeistuksen. Tradekan kokemasta toimituskiellon

<sup>314</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 96.

<sup>315</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 120.

<sup>316</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 141.

<sup>317</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 143.

<sup>318</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 147.

<sup>319</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 147.

uhasta kertoo se, että Tradeka kysyy vielä Iittalalta tuotteen saatavuudesta, jos se ohjeistuksesta huolimatta laitettaisiin kampanjaan.<sup>320</sup>

369. Lisäksi kappaleessa 217 yksilöidyistä taulukoista ilmenee, että Tradeka sitoutui Iittalan määräämiin hinnoittelusääntöihin useissa tarjouskampanjoissa vuosina 2005–2007. Virasto katsoo, että määrähintasopimus syntyi Tradekan hyväksyessä tarjouksen, joka sisälsi määrähintaehdon. Ensimmäinen tämän osoittava viraston hallussa oleva Tradekan kanssa tehty tarjoustaulukko on päivätty 24.11.2005.
370. Asiakirjanäyttö kokonaisuudessaan osoittaa, että Tradeka on ollut tietoinen Iittalan pyrkimyksestä määrätä jälleenmyyjien vähimmäishinnan ja että Tradeka on pyrkinyt sitä noudattamaan. Siitä huolimatta, että Tradeka ei aina noudattanut Iittalan antamaa vähimmäishintaa eikä halunnut allekirjoittaa Iittalan laatimia vähimmäishinnan määrääviä sopimuksia, Kilpailuvirasto pitää selvänä, että Iittalan menettelyllä on ollut vaikutusta Tradekan hinnoittelupäätöksiin, eikä sen voida katsoa hinnoitelleen itsenäisesti Iittalan tuotteita.
371. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto toteaa asiakirjanäytön osoittavan, että Iittalan ja Tradekan välillä oli 24.11.2005–11.10.2007 määrähinnasta sopimus tai yhdenmukaistettu menettely.<sup>321</sup> Näin ollen Kilpailuvirasto katsoo Iittalan syyllistyneen kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaiseen määrähinnoitteluun.

#### 8.6.6 Yhteenveto

372. Näyttö on edellä esitelty jakelijoittain siinä laajuudessa kuin se on tarpeen ajallisesti jatkuvan määrähintasopimuksen syntymisen toteamiseksi Iittalan ja sen jakelijoiden välillä.
373. Tutustuttuaan asiakirja-aineistoon Iittala on todennut 1.3.2010 vastineessaan, että jälleenmyyjät eivät pitäneet Iittalan antamia vähimmäishintoja sitovina ja, että niitä ei myöskään noudatettu.<sup>322</sup> Kilpailuvirasto toteaa, että Iittalan väitteet eivät anna aihetta muuttaa esitystä.
374. Arvioitaessa näyttöä kokonaisuutena Iittalan jälleenmyyjien lausumia siitä, että ne olisivat hinnoitelleet itsenäisesti, ei voida pitää uskottavina. Lausumia arvioitaessa on huomioitava, että jälleenmyyjät ovat olleet kilpailunrajoituslain vastaisen sopimuksen osapuolia ja lausumat ovat ristiriidassa kir-

<sup>320</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 184.

<sup>321</sup> Iittalan laatimassa ”Asiakaskohtainen sopimustilanne” taulukossa Tradekan kohdalle on 11.10.2007 merkitty tuotteet: 24h, Muumi, KoKo, Teema, Origo, Marimekko-tuotteet, Aalto ja Tris, seuraamusmaksuesityksen liite 185.

<sup>322</sup> Iittalan 1.3.2010 vastineen kohdat 4.2.2.2 ”Ainoastaan suositusintoja” ja 4.2.3.2. ”Väitettyjen suositusintojen noudattaminen”.

jallisen näytön kanssa. Iittalalla on koko seuraamusmaksuesityksessä esitetyn ajan ollut yhteisymmärrys vähimmäishinnoista usean jälleenmyyjän kanssa ajankohdittain ja tuotteittain vaihdellen. Kirjallisesta näytöstä kuitenkin ilmenee, että Iittalan jälleenmyyjät olivat osin halukkaita kilpailemaan hinnalla. Tästä johtuen Iittala ei pystynyt harmonisoimaan hintatasoa kaikilta osin. Se, että jakelijat olisivat halunneet kilpailla hinnalla, ei kuitenkaan tee Iittalan menettelystä vähemmän tuomittavaa.

375. Kirjallisesta näytöstä ilmenee, että Iittala joutui painostamaan eniten halpamyymälöitä ja päivittäistavarakauppoja kun taas tavaratalojen kohdalla Iittalan oli helpompi päästä yhteisymmärrykseen noudatettavasta vähimmäishintatasosta. Kilpailuvirasto toteaa selvyiden vuoksi, että vähimmäishinnan noudattamisen toteennäyttämällä ei ole merkitystä määrähinnittelun tunnusmerkistön täyttymisen kannalta silloin kun yritys on allekirjoittanut sopimuksen määrähinnasta tai asiasta on muutoin sovittu sähköpostitse, suullisesti tai tarjouksen ehtona.<sup>323</sup>
376. Iittalan laatimista hintaseurantataulukoista ja muusta asiakirjanäytöstä ilmenee, että jälleenmyyjät eivät kaikilta osin noudattaneet Iittalan antamaa vähimmäishintaa ja, että tästä syystä Iittala päätyi laatimaan kirjallisia määrähintasopimuksia. Iittalan suorittamasta hintaseurannasta näkyy kuitenkin ajoittaisen hintakilpailun lisäksi toisaalta myös se, että joinain ajankohtina vähimmäishintaa noudatettiin hyvin laajasti. Esimerkiksi 9.4.2007 yksinomaan määrähintasopimusten piirissä olevista tuotteista tehty hintavertailu osoittaa, että tänä ajankohtana useat jälleenmyyjät noudattivat Iittalan antamaa vähimmäishintaa. Kattava hintavertailu sisältää seuraavat tuotteet: 24h, KoKo, KoKo HOT, Nero, Muumit, Teema, Alvar Aalto Collection, Kivi ja Marimekko sekä seuraavat yritykset: Anttila, Kodin Ykkönen, Citymarket, Euromarket, Prisma, Kokkolan Halpa-Halli, Tokmanni, Tarjoustalo ja Minimani. Hintavertailu osoittaa, että tänä ajankohtana ainoastaan Kivi- ja Marimekko-tuotteiden osalta määrähintaa ei noudatettu. Muiden tuotteiden osalta vähimmäishinta alitettiin vain yksittäistapauksissa.<sup>324</sup>
377. Rikkomuksen lopettamisajankohdasta Kilpailuvirasto toteaa, että rikkomus on päivittäistavarakaupanketjujen osalta ilmeisesti loppunut lokakuussa 2007 suoritetun tarkastuksen jälkeen. Näyttöä siitä, että Iittala olisi aktiivisesti ilmoittanut näille jälleenmyyjille, ettei määrähintaa tarvitse enää noudattaa, ei kuitenkaan ole. Päinvastoin, Keskon ja Iittalan välisestä sähköpostikirjeenvaihdosta loka-marraskuussa 2007 ilmenee, että vasta kun Keskon edustaja oli useaan kertaan tiedustellut vähimmäishinnan noudattamisesta, Iittala totesi, ettei valitettavasti voi vaikuttaa asiakkaidensa hin-

<sup>323</sup> Ks. edellä esityksen kohta 8.3.2.

<sup>324</sup> Hintavertailuun ei ollut Kokkolan Halpa-Hallin, Tokmannin, Tarjoustalon ja Minimaniin kohdalle merkitty Kivi- ja Marimekko-tuotteiden hintoja lainkaan, seuraamusmaksuesityksen liite 242.

noitteluun.<sup>325</sup> Halpamyymälöiden osalta rikkomuksen tulee katsoa jatku-  
neen ainakin vuoden 2007 sopimuskauden loppuun, vaikka on kuitenkin  
mahdollista, että osa jälleenmyyjistä ei vielä tässäkin vaiheessa ollut tie-  
toinen siitä, että määrähintoja ei enää ollut velvollisuutta noudattaa.

### 8.7 Yksi yhtenäinen kilpailunrikkomus

378. Edellä jaksossa 7 KoKo-, Teema-, Aalto-, Muumi-, 24h-, Kivi- ja Maris-  
kooli-tuotteiden kohdalla esitetyt kuvaukset ovat poimintoja laajasta kirjjal-  
lisesta todistusaineistosta. Yksityiskohtaiset kuvaukset näiden tuotteiden  
osalta on laadittu Iittalan määrähinnoittelustrategian ja sen ajallisen täytän-  
töönpanon havainnollistamiseksi. Iittala kohdisti eniten huomiota näihin  
tunnetuimpiin tuotteisiinsa, mutta kyseessä on kuitenkin ollut tätä huomata-  
tavasti laajempi rikkomus, kuten kirjallinen näyttö kokonaisuudessaan  
osoittaa. Näyttö laaja-alaisesta ja suunnitelmallisesta rikkomuksesta täyden-  
tyy yksittäisten viestien avulla. Määrähinnoittelun piirissä ovat olleet aina-  
kin KoKo-, Teema-, Aalto-, Muumi-, 24h-, Kivi-, Mariskooli-, Origo-,  
Tris-, Nero-, Primavera-, Matador-, Apila-, KoKoHoT-, Illusia -, Ote-,  
Lumi-, Paratiisi-, Heljän Kokoelma -, Minna Immosen Kokoelma -, Gar-  
dena-, Uunikokki- ja Sinun Lahjasi - tuotteet.<sup>326</sup>
379. Jaksossa 8.6 virasto on kuvannut kirjalliseen näyttöön perustuen sitä, mil-  
loin Iittalan ja yksittäisen jakelijan välillä tulee katsoa olleen sopimus mää-  
rähinnasta. Jakelijat ovat kuitenkin olleet keskenään hyvin erilaisissa roo-  
leissa sen suhteen, miten ne ovat eri tuotteiden kohdalla eri ajanjaksoina  
Iittalan kanssa tekemäänsä sopimusta noudattaneet.
380. Virasto korostaa, että Iittala on ollut koko kyseisen ajan osapuolena mää-  
rähintasopimuksessa. Kyse ei ole sarjasta erikseen tarkasteltavia rikkomuk-  
sia eri tuotteiden ja jakelijoiden kohdalla, vaan Iittala on esityksen katta-  
mana ajanjaksona toteuttanut yhtenäistä vähittäishinnan asettamista kos-  
kevaa strategiaansa ja syylistynyt yhteen yhtenäiseen määrähintarikkomuk-  
seen.<sup>327</sup>
381. Kilpailunrikkomus koostuu yleensä yritysten runsaslukuisista erillisistä so-  
pimuksista tai yhdenmukaistetuista menettelyistä. EY:n tuomioistuimien  
oikeuskäytännön mukaan yhden yhtenäisen kilpailunrikkomuksen toteami-  
seksi riittää, että yrityksen eri toimilla on ollut yhtenäinen kilpailua rajoitta-

<sup>325</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 162 ja 163.

<sup>326</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 60, 75, 165, 178, 180, 183, 184 ja 185.

<sup>327</sup> Iittala katsoo 1.3.2010 vastineessaan (s. 25), että suurin osa viraston viittaamista asiakirjoista on Iittalan sisäisiä asiakirjoja, jotka eivät osoita sopimuksen määrä hinnasta syntyneen. Kilpailuvirasto toteaa, että asiassa olevaa näyttöä tulee arvioida kokonai-  
suutena. Asiakirjoista ilmenee mm. Iittalan pyrkimys saada jälleenmyyjät noudattamaan tahtoaan, mitä keinoja Iittala käytti tämän  
päämäärän saavuttamiseksi ja Iittalan käsitys siitä milloin annettuja vähimmäishintoja noudatettiin.

va päämäärä ja se on käyttänyt eri tilanteissa samankaltaisia toimintatapoja tietoisena rikkomuksen eri elementeistä.<sup>328</sup>

382. Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa on katsottava, että Iittalan sopimukset ja yhdenmukaistettu menettely kokonaisuudessaan tähtäsi vähimmäishinnan määrittämiseen ja hintatason nostamiseen markkinoilla. Iittala käytti systemaattisesti samankaltaisia keinoja tämän tavoitteen saavuttamiseksi. Iittala asetti määrähinnan noudattamisen ehdoksi tuotteiden myyntiin saamiselle ja valvoi määrähinnan noudattamista keräämällä tietoja toteutuneista vähittäismyyntihinnoista. Lisäksi Iittalalla oli keskeinen rooli kyseisessä menettelyssä, koska Iittalan strategiana oli sitouttaa kaikki jälleenmyyjät yhteiseen tavoitteeseen korostaessaan jälleenmyyjille, että näin kaikki voivat voittaa yhteisiä pelisääntöjä noudattamalla.<sup>329</sup>
383. Näin ollen Iittalan sopimukset ja yhdenmukaistetut menettelytavat muodostavat yhden yhtenäisen kilpailurikkomuksen. Sen alun muodostaa ensimmäinen toimenpide, jolla aikaan saatiin määrähintasopimus, se kattaa useita yksittäisiä toimenpiteitä ja päättyy vasta silloin kun Iittala luopui kielletystä menettelystä.

## 8.8 Kilpailunrajoituksen vaikutukset markkinoilla

384. Kilpailunrajoituslain esitöissä todetaan, että vakavilla rajoituksilla oletetaan olevan kielteisiä vaikutuksia, minkä vuoksi sen lainvastaisuuden toteamiseksi ei ole tarpeen erikseen osoittaa niiden vaikutuksia kilpailuun tai markkinoihin.<sup>330</sup>
385. Myös markkinaoikeus on katsonut tapauskäytännössään, ettei kilpailunrajoituslain 4 §:ssä tarkoitetun elinkeinonharjoittajien välisen sopimuksen syntymisen arvioinnin suhteen merkitystä ole annettava sille oliko sopimusehto tosiasiallisesti noudatettu tai pantu täytäntöön.<sup>331</sup> Tämä kanta on yhteneväinen vakiintuneen EU-oikeuskäytännön kanssa.<sup>332</sup>
386. Esityksen kohteena olevan menettelyn lainvastaisuuden toteamiseksi riittää, että Iittalan ja sen jälleenmyyjien on näytetty sopineen tai muuten päässeen yhteisymmärrykseen määrähinnasta. Erillistä näyttöä ei tällöin

<sup>328</sup> Yhteisöjen tuomioistuin 7.1.2004 yhdistetyissä asioissa C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P ja C-219/00 P Aalborg Portland A/S etc. v Komissio, kohta 258. Katso myös Komission päätös Souris – Topps COMP/C-3/37.980, 26.5.2004, kohdat 122–128.

<sup>329</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 177 ja 197.

<sup>330</sup> Hallituksen esitys 11/2004 vp., sivut 31–32, katso lisäksi korkeimman hallinto-oikeuden Asfaltti-päätös, taltionumero 2389, 29.9.2009, kohta 1174.

<sup>331</sup> Lastentarvike Oy dnro 336/06/KR, 13.2.2009, s. 62.

<sup>332</sup> Yhdistetyt asiat 56/64 ja 58/64 Consten and Grundig v. Komissio, [1966] ECR 299. Asia C-219/95 Ferriere Nord v. Komissio, [1997] ECR I-4411. Asia T-62/98 Volkswagen v. Komissio, [2000] ECR II-2707. Asia T-176/95, Accinauto v. Komissio, [1999] ECR II-1635.

tarvitse esittää siitä, mihin hintaan jälleenmyyjät eri ajankohtina tuotteita myivät.

387. Kilpailuvirasto ei ole selvittänyt systemaattisesti jälleenmyyjien toteutuneita hintoja. Kuluttajien maksaman ylihinnan täsmälliseksi selvittämiseksi olisi tarpeen kerätä suuria määriä hintatietoja, jotka eivät ole tarpeen rikkomuksen toteennäyttämiseksi. Kilpailuvirasto katsoo kuitenkin, että Iittalan markkina-asema johtaa siihen, että esityksen kohteena olevassa tapauksessa määrähinnan vaikutusten voidaan olettaa olleen erityisen kielteiset ja laajat. Iittalan voimakkaasta markkina-asemasta johtuen kilpailevien merkkien taholta tuleva kilpailun paine on ollut pieni.<sup>333</sup> Tällaisessa markkinatilanteessa määrähinnan kuluttajahintaa nostava vaikutus on hyvin todennäköinen.
388. Kirjallisesta näytöstä on kuitenkin poimittavissa esimerkkejä siitä, miten rajoitus on vaikuttanut jälleenmyyjien hinnoitteluun.
389. Virasto viittaa esimerkkinä Prisman 6.6.2006 Iittalalle lähettämään sähköpostiviestiin, jossa todetaan Kokkolan Prisman noudattaneen Iittalan antamia ohjehintoja sovitussa rajoissa. Sähköpostin mukaan Kokkolan seudulla kilpailijat kuitenkin myivät esimerkiksi Aalto Finlandia 251 –tuotetta halvimmillaan hintaan 69,90 euroa kun Prisman hinta kyseisessä tuotteessa oli 92,50 euroa. Vastauksessaan Prisman viestiin Iittala pyysi, ettei Prisma tämän vuoksi alentaisi hintojaan ja lupasi pyrkiä korjaamaan tilanteen.<sup>334</sup>
390. Sähköpostiviestiin 2.2.2007 Tokmanni-ketjulta Iittalalle on liitetty Iittalan vaatiman Muumi-mukin hinnankorotuksen jälkeen saatua asiakaspalautetta, jossa todetaan:<sup>335</sup>
- ”Olin todella ällistynyt ja lopulta vihainen huomattuani tänään, että Arabian muumimukien hintaa oli nostettu lähes 4 euroa kpl!!! Tosi törkeää hinnan tarkistusta!!! Mistä moinen juttu??”
391. Rajoittaessaan jälleenmyyjien mahdollisuutta antaa alennuksia suositushinnasta Iittala rajoitti hintakilpailua kuluttajien vahingoksi. Näin ollen Kilpailuvirasto katsoo, että rajoituksen vahingolliset vaikutukset ovat kohdistuneet ennen kaikkea kuluttajiin, eivätkä niinkään Iittalan jälleenmyyjiin.

---

<sup>333</sup> Iittala katsoo vastineessaan 1.3.2010 (s. 84), että Iittalaan kohdistuu voimakas kilpailupaine sekä kilpailevien tavarantoimittajien että merkittävää ostovoimaa käyttävien jälleenmyyjien taholta. Jälleenmyyjien vastauksista viraston 11.11.2008 selvityspyynnöön (liitteinä 21–27) ilmeni, että Iittala on merkittävä tavarantoimittaja. Asiakirja-aineistosta ilmenee lisäksi, että kuluttajat eivät ole Iittalan omankaan käsityksen mukaan kovin hintasensitiivisiä Iittalan tuotteiden kohdalla, esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 118, 126 ja 166.

<sup>334</sup> Esim. seuraamusmaksuesityksen liitteet 106 ja 107.

<sup>335</sup> Seuraamusmaksuesityksen liite 151.

## 8.9 Lopuksi

392. Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa Iittala on saanut osan jakelijoista noudattamaan määrähintaa vasten niiden tahtoa. Osa jakelijoista noudatti määrähintaa, koska koki menettelyn itselleen edulliseksi. Osan jakelijoista Iittala on puolestaan saanut noudattamaan määrähintoja lupaamalla varmistaa, että muutkin jakelijat noudattavat niitä. Menettelyyn ryhdyttiin Iittalan aloitteesta ja Iittalan koordinoimana.
393. Kun tavaranvalmistajan neuvottelukumppaneina alemmalla portaalla on useita vahvoja jälleenmyyjiä, ei ole todennäköistä, että valmistaja pystyisi yksiselitteisesti pakottamaan nämä noudattamaan ilmoittamaansa alinta sallittua vähittäishintaa. Jälleenmyyjät eivät luovu mahdollisuudestaan hintakilpailuun, jos valmistaja ei pysty tarjoamaan niille varmuutta siitä, että määrähintaa noudatettaessa niiden oma asema ei vaarannu. Seuraamusmaksuesityksen kohteena olevassa tapauksessa tätä kuvastaa hyvin se, että Iittala on osin joutunut esittämään ”toiveen”, että jälleenmyyjät noudattaisivat määrähintaa. Saadakseen yhteisymmärryksen syntymään kaikkien jälleenmyyjien kanssa esittäessään tämän ”toiveen”, se on joutunut vakuuttamaan jälleenmyyjät siitä, että myös muut lopettavat hintakilpailun eikä tuotteita toimiteta niille, jotka eivät tähän suostu.
394. Jälleenmyyjät ovat todenneet Iittalan antaneen hintaohjeistusta, mutta osa niistä katsoo tästä huolimatta hinnoittelensa kilpailutilanteen mukaan itsenäisesti omista katetavoitteista lähtöisin. Virasto toteaa, että Iittala yhtenäisti markkinahintatason kommunikoimalla toistuvasti jälleenmyyjien kanssa sallitusta hintatasosta sekä siitä, kuinka muut jälleenmyyjät ovat sitä luvanneet noudattaa. Tällöin ei voida pitää itsenäisenä hinnoitteluna sitä, että jälleenmyyjä hinnoittelee näin muodostuneen kilpailutilanteen mukaan. Seuraamusmaksuesityksen kohteena oleva yritysten välinen menettely eliminoi kilpailumekanismien ja hintakilpailu rajoittui.
395. Edellä esitettyyn viitaten Iittalan ja sen jälleenmyyjien välisessä menettelyssä on kyse kilpailunrajoituslain 4 §: n vastaisesta sopimuksesta tai yhdenmukaistetusta menettelytavasta. Tämä ilmenee ainakin silloin, kun
- Iittala on jälleenmyyjiä velvoittavissa jakelutiesopimuksessa määrännyt kyseisille tuotteille kiinteän vähimmäismyyntihinnan tai määrännyt minkä verran suositushinnan saa alittaa
  - Iittala on jälleenmyyjiä velvoittavissa jakelutiesopimuksissa määrännyt suurimman sallitun kampanja-alennuksen ja kampanjan keston
  - Iittala on sopinut suullisesti tai sähköpostilla määrähinnan noudattamisesta niiden jakelijoiden kanssa, jotka eivät allekirjoittaneet määrähintaaehdon sisältäviä jakelutiesopimuksia

- Iittala on jakelijoiden alittaessa määrähinnan tehnyt hintaseurantaa ja uhannut jakelijoita toimitusten keskeyttämisellä tai toteuttanut toimituskiellon ja

- Iittala on asettanut määrähinnan noudattamisen alennusten saamisen ehdoksi.

396. Edellä esitettyyn viitaten Kilpailuvirasto katsoo, että Iittala on rikkonut 4.4.2005–31.12.2007 kilpailunrajoituslain 4 §:n määrähintakieltoa.<sup>336</sup>

## 9 SEURAAMUSMAKSU

397. Kilpailunrajoituslain 7 §:n mukaan elinkeinonharjoittajalle tai näiden yhteenliittymälle, joka rikkoo 4 tai 6 §:n tai EY:n perustamissopimuksen 81 tai 82 artiklan (nykyinen SEUT 101 ja 102 artiklat) säännöksiä, määrätään seuraamusmaksu, jollei menettelyä ole pidettävä vähäisenä tai seuraamusmaksun määräämistä kilpailun turvaamisen kannalta muutoin pidetä perusteettomana.
398. Esityksen kohteena olevassa tapauksessa menettelyä ei voida pitää vähäisenä, koska kyseessä on vakava kilpailurikkomus, jota on sovellettu markkinalla laajasti koko maan alueella, Iittalan tunnetuimpien tuotteiden ja lähes kaikkien jälleenmyyjien kohdalla melkein kolmen vuoden ajan.
399. Määrähintasopimuksen osapuolina ovat aina molemmat jakeluportaot. Kilpailuvirasto kuitenkin katsoo, että vaikka esityksen kohteena olevassa tapauksessa myös jälleenmyyjinä toimineet yritykset ovat olleet määrähintasopimuksen osapuolena ja näin ollen myös saattaneet osaltaan hyötyä rajoituksesta, ei tässä nimenomaisessa tapauksessa ole pidettävä tarpeellisena esittää seuraamusmaksua myös niille. Kyse on ollut Iittalan omaksumasta strategiasta, johon on ryhdytty sen aloitteesta ja johon jälleenmyyjät ovat osin suostuneet Iittalan niihin kohdistaman painostuksen johdosta.
400. Seuraamusmaksua määrättäessä on otettava huomioon kilpailunrajoituksen laatu, laajuus ja sen kestoaika. Maksu saa olla enintään 10 prosenttia kunkin kilpailunrajoitukseen osallistuvan elinkeinonharjoittajan tai näiden yhteenliittymän edellisen vuoden liikevaihdosta. Seuraamusmaksun määrää Kilpailuviraston esityksestä markkinaoikeus.

---

<sup>336</sup> Rikkomuksen keston arvioinnista kts. Yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio, asia T-325/01, DaimlerChrysler AG v. komissio 15.9.2005, kohdat 215–216. Katso lisäksi Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio, asia C-551/03, General Motors BV v. komissio 6.4.2006, kohta 87, josta laajemmin julkisasiamies Tizzanon asiassa antamassa lausunnossa, kohta 90.



## 9.1 Laatu

401. Määrähintakiellon rikkomista on pidettävä periaatteellisesti erityisen vakavana rikkomuksena. Kyse on kilpailunrajoituksesta, joka on jo pitkään ollut laissa kielletty.<sup>337</sup> Kilpailunrajoituslain vastaista myyntihintojen vahvistamista pidetään yhtenä kuluttajan kannalta vahingollisimmista kilpailurikkomuksista.
402. Seuraamusmaksua määrättäessä on korottavana tekijänä otettava huomioon se, että Iittala kohdisti voimakasta painostusta niihin jälleenmyyjiin, jotka olivat haluttomia noudattamaan asetettua vähimmäishintaa. Tuotekohtaisen sopimuksen mukaan määrähinnan noudattaminen oli tavaran saamisen edellytys. Kun jälleenmyyjät eivät halunneet sitoutua määrähintaan Iittala uhkasi jälleenmyyjiä toimituskielloilla, toteutti uhkauksensa ja lisäksi informoi muita jälleenmyyjiä tästä.
403. Esityksen kohteena oleva rikkomus ei ole kohdistunut ensisijaisesti sopimuskumppaneina oleviin jakelijoihin, vaan Iittalan tuotteita vähittäismarkkinoilla ostaviin loppuasiakkaisiin. Kilpailunrajoituksesta syntynyt hyöty on Iittalan lisäksi osin koitunut myös Iittalan jälleenmyyjille, mutta rajoituksesta syntynyt haitta on koitunut suoraan loppuasiakkaille.
404. Lisäksi seuraamusmaksua määrättäessä on huomioitava, että Kilpailuviraston pyytäessä selvityspyynnöllä 2.3.2007 Iittalaa toimittamaan tietyt voimassa olevat sopimukset, Iittala jätti toimittamatta nimenomaan allekirjoitetut määrähintaehtojen sisältävät sopimukset.<sup>338</sup> Kilpailuvirasto pitää Iittalan menettelyä tässä suhteessa erityisen tuomittavana.<sup>339</sup>

## 9.2 Laajuus

405. Määrähintasopimuksen piirissä olivat pääosin kaikki Iittalan jakelijat ja kaikki tunnetuimmat tuotteet. Kyse on myös maantieteellisesti tarkasteltuna laajasta rikkomuksesta. Iittalan menettely on kohdistunut jakelijoihin, ja näin myös kuluttajiin, koko maan alueella.
406. Kilpailuvirasto katsoo, että rikkomusta on arvioitava yhtenä yhtenäisenä rikkomuksena, jossa oli kyse Iittalan johdonmukaisesta strategiasta ja jota koko myyntiorganisaatio toteutti. Iittalan pyrkimyksenä oli eliminoida

---

<sup>337</sup> Kilpailuvirasto toteaa kuitenkin, että yrityksen tietoisuus lainkiellosta ei ole edellytys teon rangaistavuudelle. Korkein hallinto-oikeus on todennut päätöksessään, että yritysten on tunnettava kilpailulainsäädännön sisältö. Tietämättömyys lain kiellosta ja kilpailuoikeudellisesta käytännöstä ei täten poista tai vähennä teon moitittavuutta. Korkeimman hallinto-oikeuden päätös YIT Rakennus Oy ja Skanska Pohjanmaa Oy, 3453/03, 31.12.2003.

<sup>338</sup> Ks. edellä esityksen kohdat 17–18.

<sup>339</sup> Kilpailuvirasto on huomioinut Iittalan 1.3.2010 vastineen kohdassa 5.3.1.2. esitetyt väitteet. Vastineessa esitetyt väitteet eivät anna aihetta muuttaa esitystä.

useiden tuotteidensa kohdalla sekä jälleenmyyjien välinen että Iittalan omaan vähittäismyyntiin kohdistunut hintakilpailu koko maan alueella.

### 9.3 Kesto aika

407. Kilpailuvirasto katsoo Iittalan rikkomuksen alkaneen ensimmäisen määrä- hintaehdon sisältävän jakelusopimuksen allekirjoittamisesta 4.4.2005 ja päättyneen sopimuskauden loppuessa 31.12.2007. Rikkomus kesti yhteensä lähes 3 vuotta.
408. Kilpailuvirasto pitää erityisen raskauttavana sitä, että määrahinnoittelua jatkettiin Kilpailuviraston lokakuussa 2006 Iittalan toimitiloissa suorittamasta tarkastuksesta huolimatta. Tämä ilmenee esityksen liitteenä olevista sähköposteista ja muistioista. Määrähinta ilmenee jopa Iittalan kotimaan jälleenmyynnistä vastaavan myyntipäällikön laatimasta suunnitelmasta vielä siinä vaiheessa kun Kilpailuvirasto suoritti lokakuussa 2007 toisen tarkastuksen Iittalan toimitiloissa. Iittalan ”Road map – External Retail 4.4.2007” otsikoidussa asiakirjassa todetaan strategisena suunnitelmana vuosille 2008–2010 ” [poistettu liikesalaisuutena] ”.

### 9.4 Seuraamusmaksun määrä

409. Esitettävän seuraamusmaksun suuruutta arvioitaessa Kilpailuvirasto ottaa rikkomuksen laadun, laajuuden ja kestoajan lisäksi huomioon Iittalan lain 7 §:ssä tarkoitetun liikevaihdon.
410. Iittalan konserniliikevaihto vuonna 2008 oli [poistettu liikesalaisuutena] euroa. Konserniliikevaihtoa ei ole saatavilla vuodelta 2009, koska Iittala on Fiskars Oyj Abp:n alakonserni. Iittalan kotimaan liikevaihto oli vuonna 2009 [poistettu liikesalaisuutena] euroa.
411. Kilpailuvirasto esittää kilpailunrajoituslain 4 §:n vastaisesta menettelystä seuraamusmaksua ajalta 4.4.2005 – 31.12.2007 Kilpailuvirasto esittää seuraamusmaksun suuruudeksi 4.000.000 euroa.

## 10 SOVELLETUT SÄÄNNÖKSET

412. Laki kilpailunrajoituksista (480/1992, ml. muutossäädös 318/2004) 1a §, 4 § ja 7 §.

Ylijohtajan sijainen,  
johtaja

Kirsi Leivo

Erikoistutkija

Tarja Sinivuori-Boldt

Litteet

Erillisen liiteluettelon mukaisesti