

21.1.2022

**Kilpailu- ja kuluttajaviraston päätös jatkoselvitykseen ryhtymisestä Lantmännen ek
fö:n ja Sponmill Oy:n välistä yrityskauppaa koskevassa asiassa**

21.1.2022

Sisällys

1	Asia	3
2	Asian vireilletulo	3
3	Ratkaisu	3
4	Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta	3
5	Yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn	3
6	Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista ja osapuolten markkina-asemasta	4
6.1	Johdanto	4
6.2	Leipomotuotteet	4
6.3	Myllytuotteet	7
6.4	Viljan osto ja myynti	8
6.5	Jauhojen osto ja myynti	9
7	Yrityskaupan kilpailuvaikutukset	10
7.1	Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista	10
7.2	KKV:n alustava arvio yrityskaupan kilpailuvaikutuksista	11
8	Johtopäätös	12
9	Sovelletut säännökset	12
10	Muutoksenhaku	12
11	Lisätiedot	12

21.1.2022

1 Asia

1. Jatkoselvitykseen ryhtyminen yrityskauppa-asiassa Lantmännen ek för / Sponmill Oy.

2 Asian vireilletulo

2. Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV" tai "virasto") on 17.12.2021 ilmoitettu järjestely, jossa Lantmännen ek för ("Lantmännen" tai "ilmoittaja") hankkii määräysvallan Sponmill Oy:ssä ("Sponmill").

3 Ratkaisu

3. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa kilpailulain (948/2011) 26 §:n 1 momentin nojalla jatkoselvitykseen, jossa tutkitaan, estääkö käsiteltävänä oleva yritys-kauppa kilpailulain 25 §:ssä tarkoitettulla tavalla olennaisesti tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla erityisesti siitä syystä, että sillä luodaan määräävä markkina-asema tai vahvistetaan sitä.

4 Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

4. **Lantmännen** on maatalousosuuskunta, jonka omistaa noin 19 000 ruotsalaista maanviljelijää. Toimialat, joilla Lantmännen toimii, ovat elintarviketeollisuus, energiateollisuus, koneet ja maatalous. Elintarvikeliiketoiminnassaan Lantmännen muun muassa kehittää, valmistaa ja markkinoi jauhoja, aamiaisruokia, pastaa, pakastettua ja tuoretta leipää, näkkileipää sekä valmisruokia. Lantmännenin elintarvikeliiketoiminta koostuu kahdesta liiketoiminnasta: leipomotuotteita valmistavasta Lantmännen Unibakesta¹ ja myllytuotteita valmistavasta Lantmännen Cerealista². Maatalousliiketoiminnassaan Lantmännen harjoittaa muun ohella viljakauppaa.³
5. **Sponmill** omistaa 100 prosenttia Myllyn Paras Finland Oy:n ("Myllyn Paras") osakeista. **Myllyn Paras**⁴ on suomalainen konserni, joka valmistaa, markkinoi ja myy kasvipohjaisia elintarvikkeita. Sen liiketoiminta-alueita ovat leivonnaispakasteet ja myllytuotteet. Myllyn Parhaan tuotevalikoimaan kuuluvat muun muassa hiutaleet, leseet, pasta, suurimot, ohraryynit, jauhot, kauratuotteet, tortillat, pakaste-
taikinat ja leivonnaispakasteet.

5 Yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn

6. Kilpailu- ja kuluttajavirastolle toimitetun yrityskauppailmoituksen mukaan Lantmännen hankkii Sponmillin koko osakekannan. Järjestelyssä on kyse kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettusta määräysvallan hankkimisesta.
7. Lantmännenin maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2020 oli noin 4 385 miljoonaa euroa ja Suomesta kertynyt liikevaihto noin 598 miljoonaa euroa. Myllyn

¹ Lantmännenin Unibake-konsernin Suomessa toimivia yhtiöitä Oy Lantmännen Unibake Ab Finland ja Vaasan Oy.

² Lantmännenin Cereal-konsernin Suomessa toimiva yhtiö on Lantmännen Cereal Oy.

³ Lantmännenin maatalousliiketoimintaa Suomessa harjoittava yhtiö on Lantmännen Agro Oy.

⁴ Myllyn Paras Finland Oy:n tytäryhtiöitä ovat Myllyn Paras Oy ja Myllyn Paras Oy Pakasteet.

21.1.2022

Parhaan maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2020 oli noin []⁵ miljoonaa euroa ja Suomesta kertynyt liikevaihto noin [] miljoonaa euroa.

8. Lantmännenin ja Myllyn Parhaan yhteenlasketun maailmanlaajuisen liikevaihdon ylittäessä 350 miljoonaa euroa ja molempien Suomesta kertyneen liikevaihdon ylittäessä 20 miljoonaa euroa kilpailulain 22 §:n mukaiset liikevaihtorajat ylittävät ja järjestelyyn sovelletaan kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevia säännöksiä.
9. Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan Kilpailu- ja kuluttajavirasto ratkaisee ensi vaiheessa, onko asiassa ryhdyttävä jatkoselvitykseen. Jos Kilpailu- ja kuluttajavirasto ei anna päätöstä jatkoselvitykseen ryhtymisestä 23 työpäivän kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa jatkoselvitykseen tällä 23 työpäivän kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta antamallaan päätöksellä.

6 Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista ja osapuolten markkina-ase-masta

6.1 Johdanto

10. Ilmoittajan mukaan yrityskaupan osapuolilla on horisontaalisesti päällekkäistä toimintaa leipomotuotteiden ja myllytuotteiden markkinoilla Suomessa. Lisäksi osapuolilla on pääasiassa vertikaalinen suhde viljakaupan markkinoilla viljan oston ja myynnin osalta. Osapuolet myös toimivat toisiinsa vertikaalisessa suhteessa olevilla markkinoilla jauhojen oston ja myynnin osalta.⁶

6.2 Leipomotuotteet

11. Leipomotuotteiden markkinoilla Lantmännen valmistaa sekä tuoretta leipää että leivonnaispakasteita. Myllyn Paras puolestaan valmistaa ainoastaan leivonnaispakasteita. Osapuolten päällekkäisyys leipomotuotteiden markkinoilla keskittyy siten leivonnaispakasteisiin. Jäljempänä kuvatusti ilmoittaja kuitenkin katsoo, että pakaste- ja tuoretuotteita tulisi tietyiltä osin tarkastella osana samoja tuotemarkkinoita.
12. Leivonnaispakasteissa osapuolet valmistavat ensinnäkin kuluttajapakattuja vähittäiskauppoihin myytäviä tuotteita, jotka kuluttajat ostavat jäisinä ja lämmittävät tai sulattavat ennen käyttöä. Lisäksi osapuolet valmistavat yritysasiakkaille myytäviä *bake-off*-leivonnaispakastetuotteita. *Bake-off*-tuotteilla ilmoittaja viittaa erilaisiin leipomotuotteisiin, jotka toimitetaan yritysasiakkaille tukku- tai vähittäiskauppiaiden toimesta tai välityksellä ja jotka asiakkaan on nostatettava, paistettava, sulatettava tai lämmitettävä ennen kuin ne voidaan myydä tai tarjoilla kuluttajille. Osapuolet myyvät *bake-off*-tuotteita vähittäiskaupoille niiden paistopisteissä myytäväksi, *foodservice*-asiakkaille ja teollisuusasiakkaille.

⁵ Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tieto tai tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

⁶ Lisäksi osapuolet myyvät myllytuotteiden tuotannossa syntyviä sivutuotteita, kuten vehnäleseitä, pikkukauraa ja kauraydinjauhoa. Osapuolilla ei kuitenkaan ole varsinaista päällekkäisyyttä myllytuotannon sivutuotteiden osalta, sillä Lantmännen ei myy Suomessa kolmansille vastaavia myllytuotannon sivutuotteita kuin Myllyn Paras.

21.1.2022

13. Ilmoittajan näkemyksen mukaan leipomotuotteiden markkinoita voidaan jaotella alasegmentteihin yhtäältä pakkauksen ja toisaalta tuotekategorian perusteella. Pakkauksen mukaan markkinoita voidaan ilmoittajan näkemyksen mukaan tarkastella jaoteltuna i) vähittäiskauppasektorille suunnattuihin kuluttajapakattuihin tuotteisiin ja ii) yritysasiakkaille myytäviin *bake-off*-tuotteisiin. Ilmoittajan näkemyksen mukaan yritysasiakkaiden segmenttiä ei ole tarkoituksenmukaista segmentoida edelleen eri asiakasryhmiin. Ilmoittaja on kuitenkin täydellisyyden vuoksi toimittanut virastolle markkinatietoja yritysasiakkaille myytävien *bake-off*-tuotteiden segmentistä jaoteltuna asiakkaan mukaan vähittäiskaupan paistopisteisiin myytäviin *bake-off*-tuotteisiin, *foodservice*-asiakkaille myytäviin *bake-off*-tuotteisiin ja teollisuusasiakkaille myytäviin *bake-off*-tuotteisiin.
14. Ilmoittaja on jaotellut markkinoita tuotekategorian perusteella i) leipään, ii) suolaisiin leivonnaisiin, iii) makeisiin leivonnaisiin ja iv) taikinoihin. Ilmoittajan näkemyksen mukaan erityisesti yritysasiakkaille myytävien *bake-off*-tuotteiden osalta tuotteet ja pakastetut tuotteet ovat toisiaan korvaavia ja niitä tulisi siksi tarkastella osana samoja markkinoita. Ilmoittajan mukaan sekä tuoretuotteet että yritysasiakkaille myytävät *bake-off*-tuotteet myydään kuluttajille tuoretuotteina, ja ne ovat siten kuluttajien näkökulmasta toisiaan korvaavia. Ilmoittaja on kuitenkin täydellisyyden vuoksi toimittanut virastolle markkinatietoja kustakin tuotekategoriasta käsittäen ainoastaan pakastetuotteet.
15. Osapuolet valmistavat sekä omia brändituotteitaan että *private label* -tuotteita ("PL-tuotteet"). Ilmoittajan näkemyksen mukaan brändituotteita ja PL-tuotteita ei ole tarpeen erottaa omiksi erillisiksi markkinoikseen yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi. Ilmoittaja kuitenkin katsoo, että PL-tuotteiden myynnit tulisi yrityskaupan kilpailuvaikutuksia arvioitaessa kohdentaa niitä jakeleville vähittäis- ja tukkukaupoille muun ohella sen vuoksi, että vähittäis- ja tukkukaupoilla on PL-tuotteita ja hyllytilaa koskeva päätäntävalta. Ilmoittajan näkemyksen mukaan myöskään gluteenittomia tuotteita ei ole tarpeen tarkastella erillisinä markkinoinaan käsillä olevan yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi.⁷
16. Ilmoittajan mukaan pakastettujen leipomotuotteiden markkinoihin liittyy sekä kansallisia että kansainvälisiä piirteitä. Leivonnaispakasteiden tuonti on kasvanut, ja erityisesti tiettyjä tuotteita, kuten croissantteja, tuodaan Suomeen Keski-Euroopasta. Toisaalta joissain tuotteissa, kuten riisipiirakoissa ja ruisleivässä, kysyntä on pääosin kotimaista, minkä vuoksi niiden tuonti on harvinaista. Ilmoittajan näkemyksen mukaan relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittely voidaan kuitenkin tässä tapauksessa jättää avoimeksi. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja kansallisella tasolla.
17. Seuraavassa on esitetty tuoteryhmäkohtaisesti ilmoittajan näkemys markkinoiden kokonaisarvosta sekä osapuolten markkinaosuuksista leipomotuotteiden

⁷ Ilmoittaja on kuitenkin viraston pyynnöstä arvioinut osapuolten markkina-asemaa myös siinä tilanteessa, että gluteenittomia tuotteita tarkasteltaisiin muista leipomotuotteista erillään. Ilmoittajan mukaan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus olisi pääsääntöisesti enimmillään noin [0–5] % suurempi vähittäismyyntikanavan markkinasegmenteillä, mikäli gluteenittomia tuotteita ei otettaisi huomioon. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus olisi kuitenkin kuluttajapakattujen suolaisten leivonnaispakasteiden segmentillä noin [0–5] % suurempi ja kuluttajapakattujen pakastetaikinoitten segmentillä noin [5–10] % suurempi. Ilmoittajalla ei ole ollut käytettävissään olevilla tiedoilla mahdollisuutta arvioida gluteenittomien tuotteiden vaikutusta osapuolten yhteenlaskettuihin markkinaosuuksiin *foodservice*-asiakkaiden ja teollisuusasiakkaiden osalta.

21.1.2022

markkinoilla vuonna 2020 niiltä markkinasegmenteiltä, joilla osapuolilla on päällekkäistä toimintaa. Osapuolten markkinaosuuksiin on laskettu ainoastaan niiden brändituotteiden myynti, ja osapuolten valmistamien PL-tuotteiden myynti on kohdennettu niitä jakeleville vähittäis- ja tukkukaupoille. Ilmoittajan virastolle toimittamat markkinatiedot perustuvat vähittäismyyntikanavan osalta Kesko Oyj:n ("Kesko") vuosittaisiin myyntipistekohtaisiin tietoihin. Foodservice-myyntikanavan osalta markkinoiden koon arvioinnissa on käytetty Leipätiedotus ry:n markkinatietoja. Teollisuusasiakkaiden osalta tiedot perustuvat osapuolten parhaisiin arvioihin.

Taulukko 1: Markkinoiden koko ja osapuolten markkinaosuudet leipomotuotteiden markkinoilla vuonna 2020

	Markkinan koko (1 000 €)	Lantmännen	Myllyn Paras	Osapuolet yhteensä
Leivät⁸				
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet ja tuoreet leipomotuotteet	445 745	[20–30] %	[0–5] %	[20–30] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet	73 840	[0–5] %	[0–5] %	[0–5] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet ja tuoretuotteet	43 417	[20–30] %	[0–5] %	[20–30] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet	31 248	[20–30] %	[0–5] %	[30–40] %
Teollisuus: bake-off leivonnaispakasteet	11 391	[5–10] %	[0–5] %	[5–10] %
Suolaiset leivonnaiset				
Kuluttajapakatut leivonnaispakasteet	14 190	[5–10] %	[0–5] %	[10–20] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet ja tuoreet leipomotuotteet	88 245	[5–10] %	[0–5] %	[10–20] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet	66 191	[10–20] %	[0–5] %	[10–20] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet ja tuoreet leipomotuotteet	18 978	[10–20] %	[0–5] %	[10–20] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet	16 011	[10–20] %	[5–10] %	[10–20] %
Teollisuus: bake-off-leivonnaispakasteet	6 063	[20–30] %	[10–20] %	[30–40] %
Makeat leivonnaiset				
Kuluttajapakatut leivonnaispakasteet	17 884	[5–10] %	[0–5] %	[5–10] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet ja tuoreet leipomotuotteet	187 345	[5–10] %	[0–5] %	[5–10] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet	52 812	[5–10] %	[0–5] %	[10–20] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet ja tuoreet leipomotuotteet	32 145	[10–20] %	[5–10] %	[10–20] %
Foodservice: bake-off-leivonnaispakasteet	26 060	[10–20] %	[5–10] %	[20–30] %
Teollisuus: bake-off-leivonnaispakasteet	6 218	[5–10] %	[5–10] %	[10–20] %

⁸ Osapuolet eivät valmista kuluttajapakattuja pakastettuja leipiä.

21.1.2022

Taikinat ⁹				
Kuluttajapakatut pakasteet	13 349	[0–5] %	[50–60] %	[50–60] %
Vähittäiskauppa: pakastetut paistopistetuotteet	573	[80–90] %	[0–5] %	[80–90] %
Foodservice	8 091	[5–10] %	[0–5] %	[10–20] %
Teollisuus	2 383	[0–5] %	[0–5] %	[0–5] %

18. Ilmoittajan mukaan osapuolten tärkeimmät kilpailijat leipomotuotteiden markkinoilla ovat leipien markkinasegmenteillä Fazer, Salonen, Rosten, Porokylä, Reuter & Stolt, Malviala ja Europicninc; suolaisten leivonnaisten markkinasegmenteillä Fazer, Pielispakari, Moilas, Saarioinen, Jokioisten Leipä, Hakafood, Munkkimiehet, Reuter & Stolt ja Europicninc; makeiden leivonnaisten markkinasegmenteillä Fazer, Elonen/Malviala, Laitilan Leipä, Pågen, Almondy, Orkla, Findus, Jokioisten Leipä, Porin Leipä, Villähteen Leipä, Hakafood, Munkkimiehet, Reuter & Stolt ja Europicninc; ja taikinoiden markkinasegmenteillä Fazer, Kymppi-Maukkaat, Bunge, Puolangan Leipomo, Sysco France, Orkla (Kotipizza), Porin Leipä, Reuter & Stolt ja Europicninc.

6.3 Myllytuotteet

19. Ilmoittajan mukaan myllyteollisuus käsittää muun muassa jauhojen ja hiutaleiden sekä muiden pidemmälle jalostettujen myllytuotteiden, kuten pastan, valmistuksen eri viljoista. Ilmoittajan mukaan osapuolilla on päällekkäistä toimintaa myllytuotteiden markkinoilla seuraavissa tuotesegmenteissä: i) jauhot ja leivontaseokset, ii) hiutaleet ja leseet, iii) ruokajyvät, suurimot ja riisi, iv) pasta ja v) murot, myslit ja granolat.¹⁰
20. Ilmoittaja on katsonut, että myös myllytuotteiden markkinoita voidaan segmentoida tuotekategorian lisäksi pakkauksen perusteella i) kuluttajapakattuihin tuotteisiin ja ii) yritysasiakkaille myytäviin tuotteisiin. Ilmoittaja on kuitenkin täydellisyyden vuoksi toimittanut virastolle markkinatietoja yritysasiakkaiden segmentistä tarkemmin jaoteltuina asiakastyypin mukaan foodservice-asiakkaisiin ja teollisuusasiakkaisiin. Ilmoittaja on katsonut, että yhtäältä gluteenittomia ja toisaalta PL-tuotteita ei ole tarpeen tarkastella omina erillisinä markkinoinaan myöskään myllytuotteiden osalta samoin perustein kuin ei leipomotuotteidenkaan osalta.¹¹ Vastaavasti ilmoittaja on katsonut, että PL-tuotteiden myynnit tulisi kohdentaa niitä jakeleville vähittäis- ja tukkukaupoille.

⁹ Osapuolet myyvät vain pakastettuja taikinoita.

¹⁰ Näiden lisäksi Lantmännen valmistaa myllytuotteeksi luokiteltavaa näkkileipää. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja näkkileipätuotteiden valtakunnallisista markkinoista, joihin se katsoo kuuluvan näkkileipien lisäksi myös hapankorput. Ilmoittajan mukaan näkkileipätuotteiden markkinan kokonaisarvo Suomessa vuonna 2020 oli 36 776 euroa, josta Lantmännenin markkinaosuus oli [30–40] %. Ilmoittajan arviot perustuvat Keskon vuosittaisiin myyntipistekohtaisiin tietoihin ja ilmoittajan parhaaseen arvioon tukujen kautta myytävien näkkileipätuotteiden määristä.

¹¹ Ilmoittaja on kuitenkin viraston pyynnöstä arvioinut osapuolten markkina-asemaa myös siinä tilanteessa, että gluteenittomia tuotteita tarkasteltaisiin muista myllytuotteista erillään. Ilmoittajan mukaan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus olisi pääsääntöisesti enimmillään [0–5] % suurempi vähittäismyyntikanavan markkinasegmenteillä, mikäli gluteenittomia tuotteita ei otettaisi huomioon. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus olisi kuitenkin vähittäismyyntikanavan pastasegmentissä noin [0–10] % suurempi ja vähittäismyyntikanavan jauhosegmentissä noin [0–5] % suurempi. Ilmoittajalla ei ole ollut käytettävissä olevilla tiedoillaan mahdollisuutta arvioida gluteenittomien tuotteiden vaikutusta osapuolten yhteenlaskettuihin markkinaosuuksiin foodservice-asiakkaiden ja teollisuusasiakkaiden osalta.

21.1.2022

21. Ilmoittajan mukaan tiettyjen korkean jalostusarvon myllytuotteiden, kuten riisin, murojen, pastan, myslin ja granolan, maantieteelliset markkinat saattavat olla kansallisia markkinoita laajemmat. Näiden osalta tuonti Suomeen on merkittävää. Toisaalta erityisesti teollisuusasiakkaiden, kuten leipomoiden, ostamien jauhojen osalta maantieteelliset markkinat voivat olla paikalliset, sillä jauhojen hankkiminen paikallisilta toimijoilta on käytännöllisempää ja jauhojen tehokas kuljetettäisyys on rajallinen. Ilmoittajan näkemyksen mukaan maantieteellisten markkinoiden määrittely voidaan kuitenkin jättää asiassa avoimeksi. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja myllytuotteiden markkinoiden eri segmentistä kansallisella tasolla.
22. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja edellä kuvatun mukaisesti. Ilmoittajan virastolle toimittamat markkinatiedot perustuvat vähittäismyyntikanavan osalta Keskon vuosittaisiin myyntipistekohtaisiin tietoihin. Foodservice-asiakkaiden ja teollisuusasiakkaiden osalta markkinoiden kokoa koskevat tiedot perustuvat osapuolten parhaisiin arvioihin.
23. Myllytuotteiden markkinasegmenteillä Lantmännenin markkinaosuudet jäävät pääsääntöisesti alle viiteen prosenttiin. Osapuolten keskeisin päällekkäisyys on foodservice-asiakkaille myytävien pastatuotteiden segmentissä, jonka arvo vuonna 2020 oli ilmoittajan mukaan noin 5 miljoonaa euroa. Lantmännenin markkinaosuus tästä oli [5–10] % ja Myllyn Parhaan [5–10] %. Myllyn Parhaan merkittävimmät markkinaosuudet ovat pastatuotteiden segmenteillä. Ilmoittajan mukaan kuluttajapakattujen pastatuotteiden markkinan arvo vuonna 2020 oli noin 26 miljoonaa euroa, josta Myllyn Parhaan markkinaosuus oli [20–30] %. Vastavasti teollisuusasiakkaille myytävien pastatuotteiden markkinan arvo oli noin 4 miljoonaa euroa, josta Myllyn Parhaan markkinaosuus oli [10–20] %.
24. Ilmoittajan mukaan osapuolten tärkeimpiä kilpailijoita myllytuotteiden kokonaismarkkinoilla ovat muun muassa Raisio, Helsingin Mylly, Fazer, Mars, Nestle, Nordisk Kellog ja Orkla. Muita kilpailijoita ovat esimerkiksi Semper, Virtasalmen Viljatuote, Tartu Mill, Midsona Finland, Condite, Kinnusen Mylly ja Conaxess Trade Finland.

6.4 Viljan osto ja myynti

25. Osapuolista Lantmännen harjoittaa Suomessa viljakauppaa eli sekä ostaa että myy viljaa. Myllyn Paras taas ostaa viljaa viljakauppiailta, kuten Lantmänneniltä, ja viljelijöiltä omaa myllytoimintaansa varten. Lantmännenillä ei ole Suomessa myllyä eikä se siten Myllyn Parhaan tavoin hanki viljaa Suomessa harjoitettavaa myllytoimintaa varten vaan toimii ainoastaan tukkukauppiaan roolissa. Siksi osapuolilla on ilmoittajan näkemyksen mukaan viljakaupassa pääasiassa vertikaalinen suhde.
26. Ylämarkkinoita eli viljakaupan markkinoita voidaan ilmoittajan näkemyksen mukaan segmentoida ensinnäkin viljan käyttötarkoituksen mukaan i) rehuksi ja ii) elintarviketuotantoon tarkoitettuihin viljoihin. Ilmoittajan mukaan rehuksi ja elintarviketuotantoon käytettävä vilja on laadultaan erilaista, ja myös asiakkaat ovat suurilta osin eri toimijoita. Elintarviketuotantoon, kuten myllytuotteiden raaka-aineeksi, tarkoitetun viljan osalta markkinoita voidaan ilmoittajan näkemyksen mukaan jakaa segmentteihin i) vehnä, ii) ruis, iii) ohra, iv) kaura,

21.1.2022

v) rapsi/rypsi ja vi) herneet/härkäpavut. Ilmoittajan näkemyksen mukaan markkinoita olisi mahdollisesti tarkoituksenmukaista tarkastella Pohjoismaiden ja Baltian tasolla, mutta ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja kansallisella tasolla.

27. Ilmoittajan mukaan elintarvikeviljojen viljakaupan kokonaismarkkinan arvo Suomessa vuonna 2020 oli noin 97 miljoonaa euroa, josta Lantmännenin markkinaosuus oli [20–30] %. Viljalajeittain tarkastelluilla markkinasegmenteillä Lantmännenin markkinaosuudet nousevat yli [20–30] %:iin vehnän, kauran sekä rapsin/rypsin oston ja myynnin markkinoilla. Lantmännenin markkinaosuus viljalajeittain tarkastelluilla alasegmenteillä on korkein vehnän oston ja myynnin markkinalla, jonka arvo vuonna 2020 oli noin 41 miljoonaa euroa. Lantmännenin markkinaosuus tästä oli [20–30] %. Ilmoittajan mukaan kauran oston ja myynnin markkinan arvo vuonna 2020 oli noin 28 miljoonaa euroa, josta Lantmännenin markkinaosuus oli [20–30] %. Rypsin/rapsin oston ja myynnin markkinan arvo oli noin 12 miljoonaa euroa, josta Lantmännenin markkinaosuus oli [20–30] %.
28. Lantmännenin tärkeimmät kilpailijat viljakaupan kokonaismarkkinoilla ovat ilmoittajan mukaan Hankkija Oy, Avena Nordic Grain Oy ja ViljaTavastia Osk sekä useat maanviljelijät.
29. Alamarkkinoiden eli elintarviketuotantoon tarkoitetun viljan kysynnän osalta ilmoittajan puolesta arvioi, että Myllyn Parhaan kysyntä kattaa noin [10–20] % kokonaismarkkinan kysynnästä. Myllyn Paras on ilmoittajan mukaan siten verrattain pieni ostaja. Ilmoittajan arvion mukaan suurimmat elintarvikeviljan ostajat (viljan jälleenmyyjien lisäksi) ovat Anora, A-rehu/Atria, Fazer, Viking Malt ja Raisio. Ilmoittajan mukaan viljoja ostetaan sekä suoraan viljelijöiltä että jälleenmyyjiltä.

6.5 Jauhojen osto ja myynti

30. Ilmoittajan mukaan osapuolten toimintojen välillä on vertikaalinen suhde myös jauhojen myynnin ja oston osalta. Lantmännen ostaa myllyiltä jauhoja leipomotuotteiden ja näkkileivän valmistusta varten, sillä Lantmännenillä ei ole omaa myllyä Suomessa. Myllyn Parhaalla puolestaan on oma mylly, jossa valmistetaan jauhoja. Myllyn Paras myy jauhoja myös muille elintarviketeollisuuden toimijoille.
31. Myllyn Parhaan markkinaosuus ylämarkkinoilla eli jauhojen tuotannossa ja toimituksessa vuonna 2020 oli ilmoittajan arvion mukaan [10–20] %. Ilmoittajan mukaan Suomessa toimii viisi suurta myllyä, jotka toimittavat jauhoja ja muita myllytuotteita muun ohella leipomoille. Näitä ovat Myllyn Parhaan lisäksi Fazer Mylly, Helsingin Mylly, Raisio ja Kinnusen mylly.
32. Alamarkkinoiden osalta ilmoittaja puolestaan arvioi, että Lantmännenin osuus teollisuussegmentin jauhojen ostoista on noin [10–20] %. Ilmoittajan mukaan merkittävimmät jauhojen ostajat ovat suurimmat leipomot, kuten Rosten-konserni, Elonen-konserni, Linkosuo-konserni ja Porokylä.

21.1.2022

7 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

7.1 Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

33. Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskaupalla ei ole haitallisia kilpailuvaikutuksia millään edellä kuvatuilla markkinoilla.
34. Ilmoittajan mukaan osapuolten pääasialliset horisontaaliset päällekkäisyydet ovat pakastettujen leipomotuotteiden tuotannossa ja myynnissä. Leipomotuotteiden markkinoilla osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet suolaisissa ja makeissa leivonnaispakasteissa jäivät ilmoittajan näkemyksen mukaan maltillisiksi. Pakastetuissa leivissä ja taikinoissa yrityskaupan tuottama markkinaosuuden lisäys osapuolten yhteenlaskettuihin markkinaosuuksiin eri segmenteillä jää alle viiteen prosenttiin. Yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä tulee ilmoittajan mukaan kohtaamaan yrityskaupan jälkeenkin merkittävää kilpailupainetta leipomotuotteiden markkinoilla ja kaikilla sen alasegmenteillä.
35. Tarkasteltaessa leipomotuotteiden markkinoita yrityskaupan seurauksena syntyvällä keskittymällä ei ole ilmoittajan näkemyksen mukaan mahdollisuutta nostaa hintoja tuotetasolla. Ilmoittajan mukaan tuoreet leipomotuotteet muodostavat merkittävän kilpailupaineen erityisesti yritysasiakkaille myytävien *bake-off*-tuotteiden segmenteissä, ja lisäksi samaan segmenttiin kuuluvat leivonnaispakasteet luovat merkittävää kilpailupainetta osapuolten tuotteille. Ilmoittaja arvioi myös PL-tuotteiden muodostaman kilpailupaineen kasvavan entisestään. Ilmoittajan mukaan asiakkaiden useat eri hankintalähteet ja alhaiset vaihtokustannukset tekevät hypoteettisista hinnankorotuksista tuloksettomia. Lisäksi asiakkailla on vahva ostajavoima leipomotuotteiden markkinoilla. Myös markkinoille tulon ja laajentumisen esteet ovat ilmoittajan näkemyksen mukaan matalat.
36. Myllytuotteiden markkinoilla yrityskaupan tuottama markkinaosuuden lisäys osapuolten yhteenlaskettuihin markkinaosuuksiin jää ilmoittajan mukaan kaikilla markkinasegmenteillä alle viiteen prosenttiin. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus ei millään markkinasegmentillä ylitä 40 prosenttia. Lisäksi jokaiselle segmentille jää yrityskaupan jälkeenkin useita merkittäviä ja läheisiä kilpailijoita.
37. Viljakaupassa osapuolten toiminnot ovat pääasiassa vertikaalisia. Lantmännenillä ei ole viljakaupan markkinoilla huomattavaa markkinavoimaa, vaan markkinoilla toimii useita eri toimijoita, joilta kilpailevat myllytoimijat voivat hankkia viljaa yrityskaupan jälkeenkin. Vaikka Lantmännen toimittaisi yrityskaupan jälkeen kaiken Myllyn Parhaan tarvitseman viljan eikä Myllyn Paras enää ostaisi viljaa muilta toimijoilta, olisi markkinoilla silti riittävästi asiakkaita, joille viljantoimittajat voivat myydä viljaa. Myllyn Paras ei ole ilmoittajan mukaan millekään viljantoimittajalle välttämätön asiakas vaan verrattain pieni ostaja.
38. Myöskään osapuolten liiketoimintojen välinen suhde jauhojen osalta ei aiheuta ilmoittajan mukaan vertikaalisia kilpailuongelmia, sillä Myllyn Parhaalla ei ole jauhotuotteissa sellaista markkinavoimaa, jolla se voisi merkittävästi vaikuttaa jauhotuotteiden kilpailuedellytyksiin. Kilpailevat leipomot voivat yrityskaupan jälkeenkin hankkia tarvitsemansa jauhot useista muista toimituslähteistä, joilla on enemmän kapasiteettia kuin Myllyn Parhaalla. Vaikka Myllyn Paras toimittaisi Lantmännenille kaiken sen tarvitseman jauhon eikä Lantmännen enää ostaisi jauhoja

21.1.2022

muilta toimijoilta, leipomomarkkinoille jäisi riittävästi muita jauhojen ostajia. Ilmoittajan mukaan Lantmännen ei ole jauhojen toimittajille tärkeä asiakas, jolla olisi leipomomarkkinoilla huomattavaa markkinavoimaa.

7.2 KKV:n alustava arvio yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

39. Asian selvitysvaihe huomioon ottaen virasto ei ota tässä päätöksessä täsmällisesti kantaa yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin tai relevanttien markkinoiden määrittelyyn. Tässä päätöksessä esitetyt viraston kannanotot ovat alustavia, eivätkä ne muodosta tyhjentävää luetteloa mahdollisista kilpailuongelmista. Virasto ei myöskään käsittele tässä päätöksessä kaikkia mahdollisia relevantteja markkinoita, joihin voi liittyä kilpailuongelmia.
40. Suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista suhtautui ilmoitettuun järjestykseen neutraalisti. Osa lausunnonantajista on kuitenkin tuonut esiin huolensa siitä, että yrityskauppa johtaisi kilpailun vähenemiseen ja haitallisiin kilpailuvaikutuksiin.
41. Eräät lausunnonantajat nostivat esiin huolensa yrityskaupan seurauksena syntyvän keskittymän markkinavoiman kasvusta erityisesti leipomotuotteiden markkinoilla. Erään lausunnonantajan mukaan järjestely voi etenkin vähittäiskaupan markkinasegmenteillä johtaa hankintojen keskittämiseen, minkä johdosta pienempien toimijoiden toimintaedellytykset vaikeutuisivat. Lisäksi eräs lausunnonantaja esitti, että järjestely johtaa mahdollisesti siihen, etteivät osapuolet enää käytä alihankkijoina pieniä ja keskisuuria leipomoita, mikä vaikeuttaisi näiden leipomoiden toimintaedellytyksiä. Erään lausunnonantajan näkemyksen mukaan se, ettei keskittymä jatkossa myisi jauhoja muille leipomoille, heikentäisi kilpailua jauhomarkkinoilla.
42. Virasto on alustavassa tarkastelussaan selvittänyt osapuolten markkinaosuuksia vähittäiskaupan ja foodservice-tukkukaupan myyntikanavissa sekä leipomotuotteiden että myllytuotteiden eri markkinasegmenteillä. Tarkastelussa on keskitytty leipomotuotteiden markkinoihin, joilla osapuolten päällekkäisyydet ovat merkittävämpiä.
43. Viraston alustavassa rakenteellisessa tarkastelussa leipomotuotteiden markkinoita on tarkasteltu ilmoittajan esittämän tuotekategorioittain tehdyn segmentoinnin mukaisesti sekä tätä kapeammalla segmentoinnilla. Viraston tarkastelussa *private label* -tuotteiden myynnit kohdennettiin ilmoittajan tarkastelusta poiketen niiden valmistajalle. Lisäksi gluteenittomia tuotteita on tarkasteltu omana, gluteenia sisältävistä tuotteista erillisenä markkinana. Myös tuoreet leipomotuotteet on erotettu pakastetuista leipomotuotteista erillisiksi markkinoiksi. Vähittäiskaupan osalta kuluttajapakattuja pakasteita ja paistopisteissä myytäviä *bake-off*-tuotteita on tarkasteltu toisistaan erillään. Alustava rakenteellinen tarkastelu on tehty kansallisella tasolla.
44. Vähittäismyyntikanavassa osapuolten päällekkäisyydet keskittyvät suolaisiin ja makeisiin pakastettuihin leipomotuotteisiin. Päällekkäisyydet liittyvät sekä kuluttajapakattuihin leipomopakasteisiin että paistopisteissä myytäviin *bake-off*-tuotteisiin. Suolaisissa pakastetuissa tuotteissa merkittävimmät päällekkäisyydet liittyvät tuotetyyppitasolla pasteijoihin ja riisipiirakoihin, makeissa viinereihin ja pulliin. Alustavan tarkastelun perusteella osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus nousee

21.1.2022

merkittäväksi kuluttajapakattujen pakastettujen suolaisten leipomotuotteiden segmentissä.

45. Foodservice-myyntikanavassa osapuolten keskeisimmät päällekkäisyydet ovat pakastetuissa suolaisissa ja makeissa leipomotuotteissa sekä taikinoissa. Tuotetyypeittäin tarkasteltuna osapuolten keskeisimmät päällekkäisyydet pakastetuissa suolaisissa leipomotuotteissa ovat pasteijoissa sekä riisi-, peruna- ja porkkanapiirakoissa. Pakastetuissa taikinoissa merkittävin päällekkäisyys koskee leipätaikinoita. Pakastetuissa makeissa leipomotuotteissa keskeisimmät päällekkäisyydet tuotetyypeittäin tarkasteltuna ovat viinereissä, piirakoissa ja pullissa. Osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet nousevat merkittäviksi erityisesti pakastettujen suolaisten leipomotuotteiden ja taikinoiden markkinasegmenteillä.
46. Viraston alustava rakenteellinen tarkastelu perustuu pitkälti osapuolten näkemyksiin relevanteista markkinoista ja markkinoiden segmentaatioista. Edellä kuvatut segmentit eivät muodosta viraston alustavaa näkemystä relevanttien tuotemarkkinoiden määrittelystä.
47. Relevanttien markkinoiden, niiden koon sekä osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinaosuuksien selvittämistä on tarpeen jatkaa jatkoselvityksessä. Jatkokesittelyssä on tarpeen selvittää tarkemmin tuotemarkkinoiden määrittelyä kysynnän ja tarjonnan korvaavuuden näkökulmasta. Myös osapuolten välistä kilpailun läheisyyttä on syytä selvittää tarkemmin.

8 Johtopäätös

48. Edellä kuvatuin perustein Kilpailu- ja kuluttajavirasto pitää yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämisen jatkamista tarpeellisena.
49. KKV:n alustavan tarkastelun perusteella yrityskauppa saattaa aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia leipomotuotteiden markkinoilla Suomessa. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten yksityiskohtainen tutkiminen jatkoselvityksessä on aiheellista.

9 Sovelletut säännökset

Kilpailulaki (948/2011) 21, 22, 24, 25 ja 26 §.

10 Muutoksenhaku

Kilpailulain 49 a §:n perusteella yrityskaupan ilmoittaja ei saa hakea muutosta tähän päätökseen valittamalla.

11 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erityisasiantuntija Tiia Sotamaa, puhelin 029 505 3083, sähköposti tiia.sotamaa@kkv.fi.

Ylijohtaja

Timo Mattila

Asiantuntija

Tiia Sotamaa