

Yrityskaupan hyväksyminen: DT Group A/S / Puukeskus Holding Oy ja Kiwi Holding Oy

1 Asia

1. Yrityskaupan hyväksyminen DT Group A/S / Puukeskus Holding Oy ja Kiwi Holding Oy.

2 Asian vireilletulo

2. Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") on 12.2.2014 ilmoitettu järjestely, jossa DT Group A/S ("DT Group") hankkii Puukeskus Holding Oy:n ("Puukeskus") ja Kiwi Holding Oy:n ("Kiwi Holding") osakekannat.

3 Yrityskaupan osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

3. DT Group on pohjoismaalainen rakennustarvikkeiden jälleenmyyntiyritys. DT Groupin suomalainen tytäryritys Starkki Oy Ab ("Starkki") on rakennustarvikkeiden jälleenmyyntiyritys. DT Group kuuluu Wolseley-ryhmään, joka jälleenmyy maailmanlaajuisesti LVI-tuotteita ja rakennustarvikkeita. DT Groupilla on Suomessa 22 Starkki-myyntipistettä¹. Lisäksi DT Groupiin kuuluvalla Helatukulla on yksi myyntipiste.
4. Puukeskus on Puukeskus-ryhmään kuuluvien yritysten emoyhtiö. Puukeskus-ryhmä on rakennusmateriaalien jälleenmyyntiyritys, joka toimii Suomessa ja Virossa. Sen painopisteenä on puutavaroiden jälleenmyynti. Koko Puukeskus-ryhmän emoyhtiö on pääomasijoitusyhtiö Triton. Puukeskuksella on 22 toimipistettä Suomessa² ja yksi Virossa.
5. Kiwi Holding on teollisuuskiinteistöjen vuokrausta harjoittava yritys. Puukeskus toimii useissa Kiwi Holdingilta vuokratuissa toimitiloissa. Kiwi Holdingin emoyhtiö on Wood Retail Lux Holding S.a.r.l., joka kuuluu Delek-ryhmään.

4 Kilpailuoikeudellinen arviointi

4.1 Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn

6. Wolseley-konsernin liikevaihto viimeiseksi päättyneellä tilikaudella oli noin 12,9 miljardia puntaa (noin 15,6 miljardia euroa), josta [yli 20 miljoonaa eu-

¹ Espoo, Helsinki (Herttoniemi ja Suutarila), Hyvinkää, Hämeenlinna, Joensuu, Jyväskylä, Järvenpää, Kotka, Kuopio, Lahti, Lappeenranta, Lohja, Oulu, Pori, Seinäjoki, Tampere (Nekala ja Lielähti), Turku (Artukainen ja Skanssi), Vaasa ja Vantaa.

² Espoo, Helsinki (Herttoniemi sekä tukkumyymälä Suutarilassa), Joensuu, Jyväskylä, Kajaani, Kokkola, Kouvolaa, Kuopio, Lahti, Lappeenranta, Lohja, Mikkeli, Oulu, Pori, Savonlinna, Seinäjoki, Tampere, Tornio, Turku, Vaasa ja Vantaa.

roa]³ kertyi Suomesta. Vuonna 2012 yrityskaupan kohteen liikevaihto oikaisujen jälkeen oli [yli 20 miljoonaa euroa], josta [yli 20 miljoonaa euroa] kertyi Suomesta. Koska kilpailulaissa määritellyt liikevaihtorajat ylittyvät, järjestely kuuluu yrityskauppavalvontaa koskevien sääntöjen soveltamisalaan.

4.2 Relevantit markkinat

4.2.1 Hyödykemarkkinat

7. Ilmoittaja esittää, että yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa relevantit tuotemarkkinat ovat *rakennustarvikkeiden jälleenmyynnin* markkinat. Euroopan komissio on tapauskäytännössään⁴ katsonut, että rakennustarvikkeiden toimialaan kuuluvat kaikki rakennukseen tarvittavat tuotteet ja tarvikkeet, ml. betonituotteet, puutavara, eristeet, vesijärjestelmät, putket ja putkiliittimet ja märkätilatuotteet.
8. Ilmoittaja on yrityskauppailmoituksessa kuvaillut erilaisia rakennustarvikemarkkinoiden alasegmenttejä. Viitaten Euroopan komission ja kansallisten kilpailuviranomaisten tapauskäytäntöön⁵ ilmoittaja katsoo, että rakennustarvikkeiden jälleenmyynti voidaan jakaa segmentteihin *asiakaskunnan* perusteella seuraavasti:
 - *rakennustarvikkeiden tukkumyynti*;
 - *rakennustarvikkeiden vähittäismyynti ammattimaisille asiakkaille*; ja
 - *rakennustarvikkeiden vähittäismyynti ei-ammattimaisille asiakkaille*.
9. Rakennustarvikkeiden jälleenmyyntimarkkinoiden on Euroopan komission tapauskäytännössä⁶ katsottu mahdollisesti jakautuvan myös *tuotekategorioiden* perusteella. Tätä segmentointia on selvitetty erityisesti niissä tapauksissa, joissa osapuolilla on ollut päällekkäisyyksiä tietyissä tuotteissa. Kategorioita ovat olleet:
 - *kevyet rakennustarvikkeet* (esimerkiksi helat, vesi- ja viemärijohdot, lämmitysputket, maalit ja sisustusmateriaalit sekä keittiöt, kylpyhuoneet ja muut vastaavat tuotteet);
 - *raskaat rakennustarvikkeet* (esimerkiksi tiilet, harkot, kiviaines, sementti, kipsilevy, koristebetoni); ja

³ Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

⁴ Komission päätös COMP/M.3142, *CVC / Danske Traelast*, 12.5.2003, kohta 9.

⁵ Komission päätös COMP/M.6359, *Saint-Gobain / Build Center*, 27.10.2012, kohta 14 ja Office of Fair Trading asia ME/5252/11: Completed Acquisition by Saint-Gobain of Build Center, 8.2.2012, kohta 18.

⁶ Ks. esim. Komission päätös COMP/M.6359, *Saint-Gobain / Build Center*, 27.10.2012, kohta 13.

- *puurakennustarvikkeet* (esimerkiksi sahatavara, käsitelty puu, valmis puusepäntö (ovet ja ikkunat), levyt ja muut puusta valmistetut tarvikkeet).

4.2.2 Maantieteelliset markkinat

10. Perustuen Euroopan komission⁷ ja kansallisten kilpailuviranomaisten⁸ ta-pauskäytäntöön, ilmoittaja esittää, että rakennustarvikkeiden jälleenmyynnin markkinoilla on sekä paikallisia että kansallisia piirteitä. Ilmoittajan käsityksen mukaan Suomessa kansallisia piirteitä ovat esimerkiksi kaikilla suurilla valtakunnallisilla jälleenmyyjillä oleva kansallisen tason hinnoittelustrategia ja etenkin suurten asiakkaiden solmimat valtakunnalliset ostoja koskevat puitesopimukset. Toisaalta paikallisten markkinoiden puolesta puhuu mm. se, että kansallisesta hinnoittelustrategiasta huolimatta hintoja tarkistetaan paikallisesti sekä se, että ammattimaiset asiakkaat toimivat usein monissa kaupungeissa ja asioivat useiden paikallisten jälleenmyyjien kanssa.

4.2.3 Yhteenveto relevanteista markkinoista

11. KKV:n selvitysten perusteella ilmoittajan esittämät markkinasegmentit vaikuttavat yrityskaupan vaikutusten arviointiin soveltuvilta. Rakennustarvikkeiden jälleenmyynnin maantieteelliset markkinat sisältävät ilmoittajan esittämällä tavalla sekä valtakunnallisia että paikallisia piirteitä. Myös KKV:n kuulemat markkinatoimijat ovat vastauksissaan pitäneet jaottelua sopivana. Yrityskauppa ei myöhemmin esitettävällä tavalla johda merkittäviin kilpailun kannalta haitallisiin vaikutuksiin, joten markkinoiden täsmällinen määrittely voidaan kuitenkin tässä yhteydessä jättää avoimeksi.

4.3 Markkinoiden koko ja osapuolten asema markkinoilla

12. DT Group esittää, että yrityskaupan arvioinnin kannalta relevantti tuotemarkkina on rakennustarvikkeiden jälleenmyynti kokonaisuudessaan. Se on kuitenkin toimittanut markkinatietoja myös yllä esitetystä eri tuotesegmenteistä. Puurakennustavaroiden osalta on esitetty tietoja myös asiakas-segmenteittäin, sillä puurakennustavarat ovat Puukeskuksen erityinen painopistealue. Luvut perustuvat vuoden 2012 tietoihin.

4.3.1 Rakennustarvikkeiden jälleenmyynti kokonaisuudessaan Suomessa

13. Ilmoittajan mukaan kokonaismarkkinoihin tulisi sisällyttää valmistajien suoratoimitukset loppuasiakkaille, sillä suoratoimituksissa on ilmoittajan näkemys mukaan kyse valmistajien integroitumisesta jälleenmyyntiportaalle ja siten kilpailusta rakennustarvikkeiden jälleenmyyjien kanssa.

⁷ Ks. esim. Komission päätös COMP/M.3184, *Wolseley/Pinault Bois & Matériaux*, 3.7.2003, kohdat 18–22.

⁸ Office of Fair Trading asia ME/5252/11: Completed Acquisition by Saint-Gobain of Build Center, 8.2.2012, kohdat 29–66.

	Markkinoiden koko (milj.eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskukseen markkinaosuus	Yhteenlaskettu markkinaosuus
Rakennustarvikkeiden jälleenmyynti – ml. valmistajien suoramyynti	[8 000–10 000] ⁹	[1–10 %]	[1–10 %]	[1–10 %]
Rakennustarvikkeiden jälleenmyynti – pl. valmistajien suoramyynti	[2000–4000]	[5–15 %]	[1–10 %]	[15–25 %]

14. Rakennustarvikkeiden jälleenmyyntimarkkinalla suurin toimija on ilmoittajan mukaan K-ryhmä. Sen markkinaosuus on ilmoittajan käsityksen mukaan [5–15 %] ([30–40 %], jos valmistajien suoramyyntiä ei sisällytetä kokonaismarkkinoihin).

4.3.2 Rakennustarvikkeiden jälleenmyynti Suomessa tuotekategorioittain

4.3.2.1 Raskaat ja kevyet rakennustarvikkeet

15. Raskaiden ja kevyiden rakennustarvikkeiden markkinoilla valmistajien suoramyynti ei ole ilmoittajan käsityksen mukaan merkittävässä osassa, joten ilmoitettu kokonaismarkkina koostuu vain jälleenmyyjien myynnistä.

	Markkinoiden koko (milj.eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskukseen markkinaosuus	Yhteenlaskettu markkinaosuus
Raskaat rakennustarvikkeet	[700–900]	[20–30 %]	[1–10 %]	[25–35 %]
Kevyet rakennustarvikkeet	[500–1 500]	[5–15 %]	[1–10 %]	[5–15 %]

16. Sekä raskaiden että kevyiden rakennustarvikkeiden markkinoilla keskittymän suurin kilpailija ilmoittajan mukaan on K-ryhmä (raskaissa rakennustarvikkeissa sen markkinaosuus on ilmoittajan mukaan [40–50 %] ja kevyissä [55–65 %]).

4.3.2.2 Puurakennustarvikkeet

17. Ilmoittajan käsityksen mukaan puutavaroiden myynnissä valmistajien suoramyynti on erityisen tärkeässä asemassa. Ilmoittaja on kuitenkin toimittanut markkinatiedot molemmilla tavoilla, sekä sisältäen suoramyynnin että ilman suoramyyntiä.

⁹ Ilmoittaja arvioi vuoden 2013 kokonaisymyynniksi noin [7 000–9 000 miljoonaa euroa].

	Markkinoiden koko (milj. eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskuk- sen markki- naosuus	Yhteenlasket- tu markkina- osuus
Puutarvikkeet – ml. valmistajien suoramyynä	[1 500–3 500]	[1–10 %]	[1–10 %]	[5–15 %]
Puutarvikkeet – pl. valmistajien suoramyynä	[500–1 500]	[5–15 %]	[15–25 %]	[25–35 %]

18. Ilmoittajan mukaan yrityskaupan seurauksena syntyisi markkinoiden suurin puurakennustarvikkeiden jälleenmyyjä, jonka merkittävin kilpailija olisi K-ryhmä [5–15 %]:n markkinaosuudella ([20–30 %], jos valmistajien suoramyynä ei oteta huomioon).
19. Rautakeskon KKV:lle toimittamassa lausunnossa on esitetty, että puurakennustarvikkeiden myynnissä valmistajien suoramyynä ei ole tärkeässä asemassa ja että osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus tällä segmentillä on aliarvioitu. KKV:n selvitysten perusteella mahdollinen virheellisyys markkinaosuuksissa ei ole kuitenkaan niin mittava, että sillä olisi vaikutusta KKV:n tekemän kilpailuvaikutusten arvioinnin lopputulokseen. KKV:n selvitysten mukaan puutarvikkeiden suoramyynä on valmistajien ja asiakkaiden kannalta merkittävä jakelukanava.

4.3.3 Puurakennustarvikkeiden myynti asiakasryhmittäin

4.3.3.1 Tukkomyynti

20. Puurakennustarvikkeiden tukkomyyynnillä tarkoitetaan puutavarakauppaa, jossa tuote toimitetaan suoraan valmistajalta asiakkaalle (suoramyynä tai kautalaskutus). Rakennustarvikkeiden jälleenmyyjä toimii tällöin taloudellisenä välikätenä valmistajan ja asiakkaan välillä. Ilmoittajan näkemyksen mukaan tällä segmentillä markkinoiden kokoa arvioitaessa tulisi huomioida valmistajien suoramyynä, sillä monilla tukkuasiakkailla on täysi valmius ostaa tuotteet suoraan valmistajilta.

	Markkinoiden koko (milj.eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskuk- sen markki- naosuus	Yhteenlasket- tu markkina- osuus
Tukkomyynti – ml. valmistajien suoramyynä	[1 800–2 000]	[1–10 %]	[1–10 %]	[1–10 %]
Tukkomyynti – pl. valmistajien suoramyynä	[300–500]	[10–20 %]	[10–20 %]	[25–35 %]

21. Ilmoittajan mukaan yrityskaupan seurauksena syntyisi tällä segmentillä markkinoiden suurin toimija, siinä missä toiseksi suurimmalla toimijalla K-ryhmällä on [1–10 %]:n markkinaosuus ([20–30 %], jos valmistajien suoramyyntiä ei oteta huomioon). Ilmoittajan näkemyksen mukaan K-ryhmä sekä pienemmät toimijat ovat kuitenkin kasvattaneet markkinaosuuttaan viime vuosien aikana.

4.3.3.2 Vähittäismyynti ammattimaisille asiakkaille

22. Ammattimaiset asiakkaat (ts. yritysasiakkaat) ostavat puutavaraa tyypillisesti jälleenmyyjien myyntipisteistä ja verkkokaupasta. Valmistajien suoramyynti on tällä segmentillä vähäistä [700 000–1 200 000 euroa], mutta ilmoittajan mukaan ammattimaiset asiakkaat voisivat helposti siirtyä suoraostoihin, jos jälleenmyyjien puurakennustavaroiden hinnat nousisivat.

	Markkinoiden koko (milj.eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskuk- sen markki- naosuus	Yhteenlas- kettu markki- naosuus
Vähittäismyynti ammattimaisille asiakkaille ml. valmistajien suoramyynti	[200–400]	[10–20 %]	[20–30 %]	[35–45 %]

23. Ammattimaisille asiakkaille suunnatun puutavaran vähittäismyyntin markkinoilla Suomessa on ilmoittajan mukaan tällä hetkellä Puukeskuksen ja Starkin lisäksi kolme suurta toimijaa: Puumerkki ([15–25 %]:n markkinaosuus), K-ryhmä ([10–20 %]:n markkinaosuus) ja S-ryhmä ([1–10 %]:n markkinaosuus). Ilmoittajan mukaan tällä segmentillä yrityskaupan seurauksena syntyisi markkinoiden suurin toimija.

4.3.3.3 Vähittäismyynti ei-ammattimaisille asiakkaille

24. Ei-ammattimaisilla asiakkaille suunnatun vähittäismyyntin osalta osapuolten markkina-asema on seuraava.

	Markkinoiden koko (milj.eur.)	Starkin markkinaosuus	Puukeskuk- sen markki- naosuus	Yhteenlas- kettu markki- naosuus
Vähittäismyynti ei-ammattimaisille asiakkaille	[100–300]	[5–15 %]	[5–15 %]	[10–20 %]

25. Nykyisellään ja myös yrityskaupan jälkeen markkinoiden kaksi suurinta toimijaa ovat ilmoittajan mukaan K-ryhmä ([45–55 %]:n markkinaosuus) ja S-ryhmä ([15–25 %]:n markkinaosuus).

4.3.3.4 Kilpailu paikallisella tasolla

26. Suomessa 15 paikkakunnalla on sekä Starkin että Puukeskuksen toimipiste: Espoossa, Helsingissä, Joensuussa, Jyväskylässä, Kuopiossa, Lahdessa, Lappeenrannassa, Lohjalla, Oulussa, Porissa, Seinäjoella, Tampereella, Turussa, Vaasassa ja Vantaalla. Ilmoittajan käsityksen mukaan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus puurakennustarvikkeissa jää alle [35–45 %] kaikilla edellä mainituilla paikkakunnilla.
27. Erään KKV:n saaman lausunnon mukaan osapuolten markkinaosuudet ovat pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta kaikilla päällekkäisillä paikkakunnilla yli [35–45 %] erityisesti ammattimaisille asiakkaille suunnatussa puurakennustarvikkeiden myynnissä. KKV:n selvitysten perusteella mahdollinen virheellisyys ei ole kuitenkaan niin mittava, että sillä olisi vaikutusta KKV:n tekemän kilpailuvaikutusten arvioinnin lopputulokseen. Keskittymälle jää kaikille paikallisille markkinoille useita kilpailevia puurakennustarvikkeiden myyjiä.

4.4 Kilpailuvaikutusten arviointi

28. Ilmoittaja katsoo, että osapuolten toiminta on pikemmin toisiaan täydentävää kuin päällekkäistä, ja että niiden yhdistyminen toisi Suomen markkinoille monipuolisemman ja maantieteellisesti kattavamman rakennustarvikkeiden jälleenmyyjän. Ilmoittajan käsityksen mukaan keskittymälle ei synny kaupan seurauksena sellaista markkinavoimaa, jonka turvin se voisi nostaa tuotteiden hintoja ja se katsoo, ettei yrityskauppa haittaa merkittävästi tehokasta kilpailua millään edellä esitetyillä markkinoilla.
29. Ilmoittajan mukaan kauppa johtaa merkittäviin synergiahyötyihin [...].
30. KKV on yrityskaupan vaikutuksia selvittäessään lähettänyt lausuntopyyntön noin sadalle yritykselle Suomessa. Lausuntopyyntöön on vastannut 17 toimijaa. Lausunnon antaneista yrityksistä noin puolet ei koe kaupan aiheuttavan merkittäviä rajoituksia kilpailulle. Muissa lausunnoissa on esitetty varsin yleisluontoisia väitteitä rakennusliikkeiden valintamahdollisuuksien vähenemisestä ja mahdollisesta hintojen noususta. Eräässä lausunnossa on esitetty, että valtakunnallisia toimijoita palvelevien puurakennustavaroiden jälleenmyyjien määrä vähenee kaupan myötä neljästä kolmeen (keskittymän ohella vain K-Ryhmä ja Puumerkki) ja että juuri tukkumarkkinoilla keskittymälle syntyisi kaupan myötä merkittävä tai mahdollisesti jopa määrävä markkina-asema.
31. KKV:n selvitysten perusteella Suomessa toimii keskittymälle vaihtoehtoisia toimijoita niin kansallisella kuin paikallisella tasolla kaikissa rakennustarvikkeiden tuotekategorioiden ohella. Näitä toimijoita ovat mm. K-ryhmä, S-ryhmä, Hartman, Puumerkki, ByggMax ja Bauhaus. Lisäksi voidaan pitää todennäköisenä, että alan verkkokauppatoiminta laajenee entisestään.

32. Puurakennustavaroiden markkinoiden eri asiakassegmenteillä (ammattimaiset tai ei-ammattimaiset asiakkaat) toimivien yritysten voidaan myös ajatella luovan vähintään potentiaalista kilpailupainetta toisilleen. Toimijoiden painopisteet saattavat tällä hetkellä erota toisistaan, mutta niillä ei KKV:n käsityksen mukaan ole merkittäviä esteitä kasvattaa myyntiään muissa segmenteissä, jos keskittymän seurauksena hinnat nousisivat. Myös toistaiseksi pienemmällä verkostolla toimivilla jälleenmyyjillä saattaa olla kannustin laajentaa myyntipalveluaan vastatakseen suurempien asiakkaiden kysyntään.
33. Puurakennustavaramarkkinoita arvioidessa tulee erityisesti huomioida, että asiakkailla on mahdollisuus hankkia puurakennustarvikkeita suoraan niiden valmistajilta. KKV:n tekemien selvitysten perusteella suorahankinnat ovat usein olennainen osa etenkin isompien asiakkaiden puutavarahankintoja ja pienemmillekin toimijoille valmistajat ovat varteenotettava vaihtoehto. Myös KKV:n kuulemat puutavaroiden valmistajat näkevät suoramyynnin vaihtoehtoisena jakelukanavana. Valmistajien suoramyynti on omiaan myös jatkossa rajoittamaan keskittymän mahdollisuuksia korottaa puurakennustarvikkeiden hintoja.
34. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskauppa ei kilpailulain 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla.

5 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto hyväksyy yrityskaupan, jossa DT Group hankkii Puukeskuksen ja Kiwi Holdingin osakekannat.

6 Sovelletut säännökset

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

7 Muutoksenhaku

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa haakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 44 §:n mukaan siten kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Lisätietoja päätöksestä antaa tutkija Sofia Ylieskola, puhelin 029 505 3328, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Ylijohtaja

Timo Mattila

Tutkija

Sofia Ylieskola