

Kilpailu- ja kuluttajaviraston päätös jatkoselvitykseen ryhtymisestä yrityskauppa-asiassa  
Parma Oy / AS TMB

## 1 Asia ja asian vireilletulo

Yrityskauppa-asia, jossa Parma Oy hankkii yksinomaisen määräysvallan AS TMB:ssä. Yrityskauppa on ilmoitettu Kilpailu- ja kuluttajavirastolle 10.8.2018.

## 2 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa kilpailulain 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.

## 3 Osapuolet

Parma Oy

AS TMB

## 4 Osapuolten harjoittama liiketoiminta ja yrityskaupan kuvaus

- 1 Parma Oy toimii betonielementtien valmistuksessa ja myynnissä Suomessa. Parma tarjoaa asiakkailleen myös elementtien kuljetus-, asennus- ja suunnittelupalveluja. Parmalla on 11 elementtitehdasta eri puolilla Suomea. Parman tytäryhtiö Rajaville Oy toimii betonielementtien valmistuksessa ja toimituksessa Pohjois-Suomen ja Pohjoiskalotin alueella. Rajavillen tehtaat sijaitsevat Oulussa ja Haukiputaalla. Parman sisaryhtiö Parma Rail Oy valmistaa betonisia linja- ja vaihdepölkkyjä betoniseen ratarakentamiseen. Parma kuuluu betonielementtien suunnittelussa, valmistuksessa ja tuotannossa toimivaan Consolis-konserniin, joka toimii yhteensä 30 maassa Euroopassa, Kaakkois-Aasiassa ja Pohjois-Afrikassa. Consolis-konserni on puolestaan osa Bain Capital -pääomasijoitusyhtiötä.
- 2 Parma Oy:n ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen maailmanlaajuinen liikevaihto oli vuonna 2017 yli [50-100] miljardia euroa, josta Parma Oy:n liikevaihto oli noin 170,1 miljoonaa euroa. Parma Oy:n ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen Suomesta kertynyt liikevaihto oli vuonna 2017 noin [200-300] miljoonaa euroa
- 3 AS TMB on betonielementtien valmistuksessa, suunnittelussa ja asennuksessa toimivan TMB-konsernin emoyhtiö. TMB-konserni toimii Skandinaviassa, Suomessa konserni harjoittaa liiketoimintaa Betonimestarit Oy:n kautta. Betonimestarit Oy valmistaa ja myy betonisia runkotuotteita, laattoja ja seinäelementtejä, minkä lisäksi yhtiön tuotevalikoimaan kuuluvat infratuotteet. TMB-konsernilla on yksi elementtitehdas Virossa (Tartossa), yksi Lat-

viassa (Riikassa) ja kolme Suomessa, jotka sijaitsevat Nastolassa, Iisalmella ja Haapavedellä.

- 4 AS TMB:n maailmanlaajuinen liikevaihto oli vuonna 2017 noin 124,4 miljoonaa euroa ja sen Suomesta kertynyt liikevaihto oli noin 46 miljoonaa euroa.
- 5 Yrityskaupan ilmoittajan mukaan Parma Oy hankkii AS TMB:n koko osakekannan.

## 5 Sovellettava lainsäädäntö

### 5.1 Kilpailulain yrityskauppalvontaa koskevat säännökset

- 6 Kilpailulain (948/2011) 21 §:n 1 momentin mukaan yrityskaupalla tarkoitetaan: 1) kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:ssä tarkoitetun määräysvalan tai vastaavan tosiasiallisen määräysvallan hankkimista; 2) elinkeinonharjoittajan koko liiketoiminnan tai sen osan hankkimista; 3) sulautumista; 4) sellaisen yhteisyrityksen perustamista, joka huolehtii pysyvästi kaikista itsenäiselle yritykselle kuuluvista tehtävistä.
- 7 Kilpailulain 21 §:n 3 momentin mukaan yrityskaupan osapuolella tarkoitetaan määräysvallan hankkijaa, 1 momentin 2 kohdassa tarkoitetun liiketoiminnan tai sen osan hankkijaa, määräysvallan kohdetta, 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettua liiketoimintaa tai sen osaa, 1 momentin 3 kohdassa tarkoitettuun sulautumiseen osallistuvaa yhteisöä tai säätiötä sekä 1 momentin 4 kohdassa tarkoitetun yhteisyrityksen perustajaa.
- 8 Kilpailulain 22 §:n 1 momentin mukaan säännöksiä yrityskauppalvonnasta sovelletaan yrityskauppaan, jossa yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu liikevaihto ylittää 350 miljoonaa euroa ja jossa vähintään kahden yrityskaupan osapuolen Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää kummankin osalta 20 miljoonaa euroa.
- 9 Kilpailulain 25 §:n 1 momentin mukaan markkinaoikeus voi Kilpailu- ja kuluttajaviraston esityksestä kieltää tai määrätä purettavaksi yrityskaupan tai asettaa yrityskaupan toteuttamiselle ehtoja, jos yrityskauppa olennaisesti estää tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla erityisesti siitä syystä, että sillä luodaan määräävä markkina-asema tai vahvistetaan sitä.
- 10 Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan Kilpailu- ja kuluttajavirasto tutkii yrityskauppaa koskevan ilmoituksen välittömästi. Ensi vaiheessa Kilpailu- ja kuluttajavirasto ratkaisee, onko asiassa ryhdyttävä jatkoselvitykseen. Jos Kilpailu- ja kuluttajavirasto ei anna päätöstä jatkoselvitykseen ryhtymisestä kuukauden kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi.

- 11 Kilpailulain 44 §:n mukaan Kilpailu- ja kuluttajaviraston 26 §:n 1 momentin nojalla antamaan päätökseen ei saa hakea muutosta valittamalla.

## 5.2 Kilpailulain yrityskauppa- ja valvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn

- 12 Kilpailu- ja kuluttajavirastolle toimitetun yrityskauppailmoituksen mukaan Parma Oy hankkii AS TMB:n koko osakekannan. Järjestelyssä on kyse kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettua määräysvallan hankkimisesta.
- 13 Parma Oy:n ja AS TMB:n yhteenlasketun liikevaihdon ollessa yli 350 miljoonaa euroa ja molempien Suomesta kertyneen liikevaihdon ollessa yli 20 miljoonaa euroa kilpailulain 22 §:n mukaiset liikevaihtorajat ylittyvät, joten järjestelyyn sovelletaan kilpailulain yrityskauppa- ja valvontaa koskevia säännöksiä.

## 6 Relevantit markkinat

### 6.1 Betonielementtimarkkinat

- 14 Betonielementtituotteita valmistetaan useisiin eri käyttötarkoituksiin, joista tärkeimpiä ovat talonrakentaminen ja infrarakentaminen.
- 15 Betonielementtejä käytetään kaikentyyppisessä talonrakentamisessa. Talonrakentamisessa valmiista elementeistä voidaan tehdä omakoti- ja rivitaloja, asuinkerrostaloja, toimisto-, liike- ja julkisia rakennuksia sekä esimerkiksi teollisuuden ja maatalouden halleja.
- 16 Molemmat osapuolet toimivat seuraavien talonrakentamisessa käytettävien betonielementtien valmistuksessa: julkisivuelementit, sisäkuorielementit, väliseinät, TT-laatat, ontelolaatat, kuorilaatat, muut laattaelementit, jännitetyt palkit ja pilarit, teräsbetonipalkit ja pilarit sekä perustuselementit. Osapuolet eivät ilmoittajan mukaan valmista porruselementtejä.
- 17 Infrarakentamisessa käytettäviä betonielementtituotteita ovat esimerkiksi padot ja tunnelit, putkilinjat, sillat, satamarakenteet sekä melusteet. Osapuolet valmistavat seuraavia infrarakentamisessa käytettäviä betonielementtituotteita: silta- ja muut elementit sekä muut maa- ja vesirakennus (MVR) -elementit, kuten laiturielementit. Lisäksi Parma Rail Oy valmistaa ratapölkkyjä. Osapuolet eivät valmista paaluja, putkia tai kaivoja ja renkaita.
- 18 Betonteollisuus tilastoi myös niin sanottuja ympäristöbetonituotteita (betonilaatat, betonikivet, reunakivet ja muurikivet), harkkoja ja tiiliä (betoniharkot, kevytsoraharkot) sekä pientalotoimituksia. Yrityskaupan osapuolet eivät kuitenkaan ole aktiivisia näissä toiminnoissa.

## 6.2 Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista

- 19 Ilmoittajan mukaan betonielementtimarkkinoita tulee tarkastella kokonaisuutena eikä markkinoita ole yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimisen kannalta tarpeen jaotella elementtityyppikohtaisesti. Ilmoittajan mukaan betonielementtituotteet ovat tyypillisesti ominaisuuksiltaan melko samanlaisia eikä laadullisen eriyttämisen merkitys ole olennainen.
- 20 Ilmoittajan mukaan erilaisia betonielementtejä myydään tyypillisesti projekteihin, joihin voi kuulua kohteesta riippuen esimerkiksi seinä-, runko- ja laattaelementtejä sekä muita betonielementtejä joko asiakkaan tarpeiden mukaisesti valmistettuna tai joiltain osin niin sanottuina standardituotteina. Projekteihin voi kuulua myös kuljetus-, suunnittelu- ja asennuspalveluita, joita varsinkin suuremmat betonituotteiden valmistajat tarjoavat.
- 21 Ilmoittajan mukaan tuotantolaitokset ovat tyypillisesti erikoistuneet joko erilaisten seinä-, runko- tai laattaelementtien valmistukseen. Elementtien välillä on kuitenkin myös tarjonnan korvattavuutta, sillä nykyiset tuotantolaitokset kykenevät vaihtamaan betonielementtien tuotantoaan verrattain helposti markkinoiden kysynnän mukaan muihin elementtituotteisiin. Tuotannon suuntaaminen uudelleen on ilmoittajan mukaan mahdollista suhteellisen lyhyelläkin aikataululla ja kohtuullisin kustannuksin.
- 22 Ilmoittajan mukaan ainakin tietyt betonielementtituotteet ovat jossain määrin toisiaan korvaavia. Ilmoittajan mukaan esimerkiksi TT-laatat voidaan korvata talonrakentamisessa muun muassa ontelolaatoilla ja kuorilaatat voidaan korvata muun muassa TT-laatoilla ja ontelolaatoilla. Betonielementtejä voidaan ilmoittajan mukaan korvata myös vaihtoehtoisella rakentamistavalla eli paikallevalulla, minkä lisäksi betonia on mahdollista korvata muilla rakennusmateriaaleilla kuten teräksellä ja joissain tapauksissa myös puulla.
- 23 Betonielementtituotteet ovat ilmoittajan mukaan homogeenisia tuotteita, joita valmistetaan asiakkaan spesifikaatioiden mukaisesti eikä toimittajan vaihtaminen johda lisäkustannuksiin. Asiakkaat myös kilpailuttavat toimittajaan ja ovat valmiita vaihtamaan toimittajia kilpailutuksen tuloksen seurauksena.
- 24 Ilmoittajan mukaan kysynnän ja tarjonnan korvattavuuden johdosta tuotekohtainen tarkastelu ei anna oikeaa kuvaa markkinoiden kilpailutilanteesta. Ilmoittajan mukaan tuoteryhmäkohtainen tarkastelu voi lisäksi antaa harhaanjohtavan kuvan tietyn toimijan markkina-asemasta, koska yksittäiset suuret toimitukset tietyssä elementtiryhmässä saattavat muuttaa tietyn tuoteryhmän vuosittaisia valmistus- ja toimitusmääriä huomattavasti.
- 25 Ilmoittajan näkemyksen mukaan betonituotteiden markkinat sekä sen kaikki mahdolliset segmentit ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan vähintään koko Suomen laajuiset. Lisäksi ilmoittaja esittää, että käsillä olevan yrityskaupan

kilpailuvaikutusten arvioinnissa tulee ottaa huomioon kilpaileva tuonti erityisesti Virosta, josta tuodaan erityisesti julkisivuelementtejä Suomeen.

- 26 Ilmoittajan mukaan betonielementtituotteita valmistavia tehtaita on lukuisia ja tiheästi ympäri Suomen. Kuljetuskustannukset rajoittavat jossain määrin betonituotteiden kannattavaa kuljetusta tuotantolaitoksilta työmaille. Tyypillisesti elementtien kuljetusetäisyys on 200–300 kilometriä, mutta kuljetusetäisyys vaihtelee tuotteesta riippuen.
- 27 Ilmoittajan mukaan Baltian maista tuodaan betonielementtituotteita merkittäviä määriä Suomeen, etenkin pääkaupunkiseudulle. Tärkein tuontituote ovat julkisivuseinät. Ilmoittajan toimittamien tietojen mukaan betonielementtituotteiden tuonnin arvo on ollut vuonna 2017 kokonaisuudessaan noin 15,3 miljoonaa euroa.

## **7 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset**

### **7.1 Osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet**

- 28 Ilmoittajan arvion mukaan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus betonielementtituotteiden kokonaismarkkinalla vuonna 2017 oli noin [20-30] prosenttia myynnin arvon perusteella laskettuna. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus talonrakentamisen betonielementtituotteiden markkinalla vuonna 2017 oli noin [20-30] prosenttia ja infrarakentamisen betonielementtituotteiden markkinalla noin [10-20] prosenttia.
- 29 Ilmoittaja on toimittanut saatavilla olevia tietoja betonielementtituotteista edelleen jaoteltuna käyttötarkoituksen perusteella (i) talonrakentamisen ja (ii) infrarakentamisen betonielementtituotteiden osalta edelleen eriteltynä tuoteryhmäkohtaisesti. Alla olevassa taulukossa on esitetty vuoden 2017 osalta ilmoittajan arvio osapuolten yhteenlasketuista markkinaosuuksista eri segmenteillä volyymin perusteella laskettuna:

Talorakentamisen betonielementtituotteiden markkina segmentteittäin	
Segmentti	Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus
Julkisivut (m <sup>2</sup> )	[15-25] %
sisäkuorielementit (m <sup>2</sup> )	[0-10] %
väliseinät (m <sup>2</sup> )	[40-50] %
TT-laatat (m <sup>2</sup> )	[65-75] %
ontelolaatat (m <sup>2</sup> )	[50-60] %
kuorilaatat (m <sup>2</sup> )	[45-55] %
muut laattaelementit (m <sup>2</sup> )	[0-10] %
jännitetyt palkit ja pilarit (m <sup>2</sup> )	[55-65] %
teräsbetonipalkit ja pilarit (m <sup>2</sup> )	[50-60] %
peruselementit (m <sup>2</sup> )	[20-30] %
porraselementit (kpl)	[0-10] %
Infrarakentamisen betonielementtituotteiden markkina segmentteittäin	
Segmentti	Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus
silta- ja muut elementit (m <sup>2</sup> )	[0-10] %
ratapölkkyt (m <sup>2</sup> )	[40-50] %
muut maa- ja vesirakennus (MVR) -elementit (m <sup>2</sup> )	[0-10] %

## 7.2 Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

- 30 Ilmoittajan mukaan yrityskauppa ei johda kilpailun merkittävään estymiseen betonielementtituotteiden markkinalla. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus Suomen betonielementtimarkkinoilla säilyy yrityskaupan jälkeen edelleenkin ilmoittajan mukaan maltillisena (25–35 prosenttia), minkä lisäksi markkinalle jää useita merkittäviä kilpailijoita betonielementtituotteiden markkinalla ja kaikissa segmenteissä.

- 31 Ilmoittajan käsityksen mukaan Suomen betonielementtimarkkinoilla ei ole kapasiteettirajoituksia, jotka saattaisivat estää markkinoille tuloa taikka siellä laajentumista.
- 32 Ilmoittajan mukaan osapuolten nykyiset kilpailijat aiheuttavat yrityskaupan jälkeenkin kilpailupainetta keskittymälle nykyisellä kapasiteetillaan. Lisäksi ilmoittajan mukaan elementtituotannon tekninen kapasiteetti ei ole tällä hetkellä täydessä käytössä ja tuotantoa voitaisiin kasvattaa tämänhetkisestä. Ilmoittajan mukaan kilpailupainetta synnyttävät myös vaihtoehtoiset tuotantotavat (paikallavalu) ja vaihtoehtoiset materiaalit (erityisesti puu ja teräs).
- 33 Ilmoittajan mukaan myös asiakaskunta koostuu pääosin suurista rakennusliikkeistä, joilla on merkittävää osaamista rakentamisesta eri materiaaleilla sekä ostajavoimaa suhteessa betonielementtien toimittajiin.
- 34 Yrityskauppa ei ilmoittajan mukaan mahdollista keskittymän hinnankorotuksia yrityskaupan jälkeen, sillä ne johtaisivat asiakkaiden siirtymiseen kilpailuille yrityksille, jotka pystyisivät tarvittaessa lisäämään kapasiteettiaan kysynnän mukaan. Vaihtoehtona asiakkailla on myös runkomateriaalin vaihtomahdollisuus teräkseen tai puuhun sekä erilaisiin hybridi-vaihtoehtoihin (eri materiaaleja yhdessä).
- 35 Yrityskauppa tehostaa ilmoittajan mukaan keskittymän toimintaa ja mahdollistaa tuotannon optimoinnin kautta kustannussäästöjä, mikä osaltaan lisää hintakilpailua markkinoilla.

### 7.3 Viraston kuulemien markkinatoimijoiden näkemykset yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

- 36 Useat KKV:n kuulemat asiakkaat toivat esiin huolen kilpailun vähenemisestä ja hintojen noususta alueellisesti ainakin tiettyjen betonielementtituotteiden kohdalla. Erityisesti lausunnonantajat arvioivat kilpailun vähenevän tiettyjen talonrakentamisessa käytettävien elementtien kohdalla (TT-laatat, ontelolaatat, jännitetyt palkit ja pilarit, teräsbetonipalkit ja pilarit ja seinä elementit).
- 37 Lausunnonantajien ja muiden viraston kuulemien markkinatoimijoiden käsityksen mukaan nykyisessä markkinatilanteessa etenkin kasvukeskuksissa betonielementtiteollisuuden kapasiteetti on täynnä. Hintataso on kuluneen vuoden aikana merkittävästi noussut johtuen suuresta kysynnästä ja saataavuuden huonontumisesta. Yleisesti ottaen tuontia ei pidetty relevanttina vaihtoehtona kapasiteetin merkittävälle kasvattamiselle muun muassa logistiikkahaasteiden takia.
- 38 Viraston kuulemat markkinatoimijat toivat esiin, että toiminta markkinalla on pääomavaltaista ja vahvaa osaamista vaativaa, mikä vähentää osaltaan uusien yritysten mahdollisuutta tulla markkinoille. Koska rakentamisen markkinan nousukauden pitkäkestoisuus on epävarmaa, on mahdollista, etteivät myöskään olemassa olevat toimijat ole halukkaita investoimaan uusiin tehtaisiin ja toiminnan laajentamiseen.



- 39 Lausunnonantajat suhtautuivat kriittisesti ilmoittajan näkemykseen eri rakennusmateriaalien välisestä korvaavuudesta. Lausunnonantajat eivät pitäneet vaihtoehtoisia materiaaleja, kuten puuta ja terästä, pääsääntöisesti relevantteina. Myös paikallavalmu pidettiin vain rajallisessa määrin korvaavana vaihtoehtona. Vaikka osa betonielementeistä on teknisesti korvattavissa joko keskenään tai toisenlaisella teknisellä ratkaisulla (esim. betonivalu), käytännössä korvattavuuden esteenä on viraston kuulemien markkina-toimijoiden mukaan usein jo aikaisessa suunnitteluvaiheessa tapahtuva toteutettavan teknisen ratkaisun ja/tai materiaalin valinta.
- 40 Viraston suorittamissa kuulemisissa on käynyt ilmi, että eri betonielementtituotteiden hankintaprosessi eroaa toisistaan. Standardituotteiden (mm. ontelolaatat ja väliseinät) osalta solmitaan usein pitkäkestoisia kausisopimuksia, mutta yksilöityjen tuotteiden (esim. julkisivuelementit) kohdalla kausisopimuksia ei esiinny.

## 8 Johtopäätös

- 41 Alustavassa tarkastelussa on noussut huoli tiettyjen segmenttien edellä esitetyistä erittäin korkeista markkinaosuuksista, mikäli ehdotettu yrityskauppa hyväksytään.
- 42 Alustavan tarkastelun perusteella on epävarmaa, missä määrin eri betonielementtituotteiden välillä on kysynnän ja tarjonnan korvattavuutta sekä missä määrin muut materiaalit ja vaihtoehtoiset rakentamistavat tuottavat kilpailupainetta betonielementtimarkkinalla.
- 43 Alustavan tarkastelun perusteella yrityskauppa saattaa aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia alueellisesti ainakin tiettyjen betonielementtituotteiden osalta, mikäli eri elementtituotteiden katsotaan muodostavan omat relevantit markkinansa.
- 44 Alustavan tarkastelun perusteella ei voida pitää poissuljettuna sitä, että keskittymän seurauksena yrityskaupan osapuolille syntyy markkinavoimaa, joka mahdollistaa hintojen nostamisen myös valtakunnallisella tasolla.
- 45 Edellä kuvatuilla perusteella Kilpailu- ja kuluttajavirasto pitää yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämisen jatkamista tarpeellisena. Jatkoselvityksessä on tarkasteltava sitä, missä määrin eri betonielementtituotteiden välillä on kysynnän ja tarjonnan korvattavuutta sekä missä määrin muut materiaalit ja tuotantotavat tuottavat kilpailupainetta elementtituotteiden markkinalla. Samoin on selvitettävä, millä maantieteellisellä alueella toimivilta yrityksiltä yrityskaupan osapuolet kohtaavat kilpailun painetta ja mitkä seikat rajoittavat osapuolten mahdollisuuksia käyttää markkinavoimaa valtakunnallisella tasolla.
- 46 Asian selvitysvaihe huomioon ottaen virasto ei ota täsmällisesti kantaa relevanttien markkinoiden määrittelyyn ja yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin.

## 9 Sovelletut säännökset

Kilpailulaki 21, 22, 24 ja 26 §.

## 10 Muutoksenhaku

Kilpailulain 44 §:n perusteella yrityskaupan ilmoittaja ei saa hakea muutosta tähän päätökseen valittamalla.

## 11 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erikoistutkija Anu Ala-Outinen, puhelin 029 505 3010, sähköposti [etunimi.sukunimi@kkv.fi](mailto:etunimi.sukunimi@kkv.fi).

Ylijohtajan sijainen                      Valtteri Virtanen

Erikoistutkija                              Anu Ala-Outinen