

1	Asia.....	2
2	Asian vireilletulo .....	2
3	Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta .....	2
4	Kilpailuoikeudellinen arviointi .....	3
4.1	Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn .....	3
4.2	Relevantit markkinat, markkinoiden koko ja kilpailutilanne .....	3
4.2.1	Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista .....	3
4.2.2	Markkinoiden koko ja osapuolten markkina-asema .....	6
4.3	Yrityskaupan mahdollisten kilpailuvaikutusten alustava arviointi .....	8
4.4	Johtopäätös .....	9
5	Ratkaisu.....	9
6	Sovelletut säännökset .....	9
7	Muutoksenhaku.....	9

## 1 Asia

1. Jatkoselvitykseen ryhtyminen yrityskauppa-asiassa Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta, HOK-Elanto Liiketoiminta Oy, Pirkanmaan Osuuskauppa, Turun Osuuskauppa ja Meira Nova Oy / Stockmann Oyj Abp:n Herkku-liiketoiminta.

## 2 Asian vireilletulo

2. Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") on 18.8.2017 ilmoitettu järjestely, jossa Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta, HOK-Elanto Liiketoiminta Oy, Pirkanmaan Osuuskauppa, Turun Osuuskauppa ja Meira Nova Oy hankkivat Stockmann Oyj Abp:n päivittäistavarakaupan Suomen liiketoiminnan, eli Stockmannin Herkku-liiketoiminnan.

## 3 Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

3. **Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta** ("SOK") ja sen tytäryhtiöt muodostavat SOK-yhtymän. SOK on S-ryhmään kuuluvien osuuskauppojen keskusliike, jonka tehtävänä on edistää ja kehittää osuuskauppojen ja muiden S-ryhmään kuuluvien yhteisöjen toimintaa sekä ohjata ja valvoa ryhmän kokonaisvoimavarojen tehokasta käyttöä. SOK vastaa S-ryhmän strategisesta ohjauksesta ja liiketoimintaketjujen kehityksestä. SOK harjoittaa Baltian alueella ja Pietarissa marketkauppaa sekä matkailu- ja ravitsemiskauppaa edellä mainituilla alueilla ja Suomessa.
4. **Meira Nova Oy** ("Meira Nova") on SOK:n kokonaan omistama tytäryhtiö, joka tarjoaa päivittäistavaroiden hankinta- ja logistiikkapalveluja hotelli-, ravintola- ja cateringalan ("HoReCa") toimipaikoille.
5. **HOK-Elanto Liiketoiminta Oy**<sup>1</sup> ("HOK-Elanto"), **Pirkanmaan Osuuskauppa** ("POK") ja **Turun Osuuskauppa** ("TOK") ovat alueosuuskauppoja, ja ne harjoittavat päivittäistavarakauppaa Prisma- ja S-market ketjuissa sekä HOK-Elanto näiden lisäksi myös Alepa-ketjussa ja Turun ja Pirkanmaan Osuuskaupat Sale-ketjussa.
6. Ilmoitusvelvolliset kuuluvat S-ryhmään, joka koostuu SOK:sta, sen tytäryhtiöistä sekä 20 alueosuuskaupasta ja seitsemästä paikallisosuuskaupasta. S-ryhmä tarjoaa marketkaupan, tavaratalo- ja erikoisliikekaupan, liikennemyy-mälä- ja polttonestekaupan, matkailu- ja ravitsemiskaupan sekä rautakaupan palveluita. Lisäksi joillakin osuuskaupoilla on autokaupan ja maatalouskaupan toimipaikkoja ja S-ryhmään kuuluva S-Pankki tarjoaa pankkipalveluja.
7. **Stockmann Oyj Abp** ("Stockmann") on vähittäiskauppaa harjoittava pörssi-yhtiö. Konsernilla on kolme liiketoimintayksikköä: Stockmann Retail, Real

<sup>1</sup> HOK kuuluu HOK-Elanto -konserniin.

Estate ja Lindex. Stockmann Retail harjoittaa vähittäiskauppatoimintaa ja siihen kuuluu suomessa kuusi tavarataloa, joiden lisäksi se palvelee asiakkaita verkkokaupassa. Tuotevalikoima keskittyy muotiin, kauneuteen, kodintuoteisiin ja ruokaan.

8. **Stockmannin Herkku-liiketoiminta** ("Herkku-liiketoiminta") harjoittaa Suomessa kuudessa tavaratalossaan ruokakauppaa eli myy päivittäistavaroita. Myyjän ao. liiketoimintaan kuuluu myös Vantaan Viinikkalassa sijaitseva keskuskeittiö, josta ruoat kuljetetaan Herkku-myyvälöihin. Keskuskeittiössä valmistetaan myymälöiden Stockmann Meals -tiskeillä myytäviä ruokia. Tiskeillä on myytävänä sekä perinteisiä arkiruokia että eksoottisempia elintarvikkeita. Lisäksi liiketoimintaan kuuluu myös Helsingin Pitäjänmäessä sijaitsevat Herkku-liiketoiminnan johto- ja hallintoyksiköt.

#### 4 Kilpailuoikeudellinen arviointi

9. Tässä päätöksessä esitetyt KKV:n kannanotot ovat alustavia, eivätkä ne myöskään muodosta tyhjentävää luetteloja mahdollisista kilpailuongelmista. Tässä päätöksessä ei ole tarvetta ottaa lopullista kantaa relevanttien hyödykemarkkinoiden tai maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn.

##### 4.1 Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn

10. SOK:n maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 7,1 miljardia euroa, josta noin 6 630 miljoonaa euroa kertyi Suomesta. Helsingin Osuuskauppa Elannon maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 1,95 miljardia euroa ja koko liikevaihto kertyi Suomesta. HOK-Elanto Liiketoiminta Oy:n liikevaihto vuonna 2016 oli noin 1,93 miljardia euroa ja koko liikevaihto kertyi Suomesta. POK:n maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 826,7 miljoonaa euroa ja koko liikevaihto kertyi Suomesta. TOK:n maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 562,7 miljoonaa euroa ja koko liikevaihto kertyi Suomesta. Meira Novan maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 361,1 miljoonaa euroa, josta noin 360,7 miljoonaa euroa kertyi Suomesta. Kaupan kohteena olevan Herkku-liiketoiminnan maailmanlaajuinen liikevaihto vuonna 2016 oli noin 127,3 miljoonaa euroa ja koko liikevaihto kertyi Suomesta.
11. Koska kilpailulaissa (948/2011) määritellyt liikevaihtorajat ylittyvät, järjestely kuuluu yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten soveltamisalaan.

##### 4.2 Relevantit markkinat, markkinoiden koko ja kilpailutilanne

###### 4.2.1 Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista

12. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan yrityskaupan osapuolet toimivat molemmat (i) päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoilla sekä (ii) päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinoilla.

Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkina

13. Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoiden osalta yrityskaupan kannalta relevantit markkinat ovat ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan valtakunnalliset ja paikalliset myyntimarkkinat. Paikallisten markkinoiden määrittämisessä on ilmoittajien käsityksen mukaan huomioitava se seikka, että yksittäisen päivittäistavaroita tarjoavan myymälän vaikutusalueeseen vaikuttavat mm. myymälän koko ja sen valikoiman laajuus ja laatu.
14. Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoille voidaan ilmoittajien mukaan katsoa kuuluviksi sellaiset päivittäistavaroiden koko tuotevalikoimaa myyvät päivittäistavaramyymälät, jotka toimivat pääsääntöisesti itsepalveluperiaatteella. Markkinat sisältävät erityisesti elintarvikkeet ja juomat, joiden lisäksi kodin käyttötavaroiden ja tupakkatuotteiden (ns. non-food-tuotteet) on katsottu kuuluvan markkinalle.
15. Päivittäistavaroiden vähittäismyyntiä harjoitetaan ilmoittajien mukaan hyper- ja supermarkettien sekä pien- ja valintamyymälöiden ohella myös huoltoasema- ja liikennemyymälöissä sekä tuotekohtaisissa erikoismyymälöissä, kauppahalleissa, suoramyymälinä, torikaupassa, myymäläautoissa, kioskeissa ja sähköisessä kaupassa. Myymälöitä voidaan ilmoittajien mukaan ryhmitellä eri tavoin. Niitä voidaan erotella esimerkiksi valikoiman, palvelun, ketjun, ryhmän, sijainnin ja koon perusteella.
16. Ostajat kuuluvat S-ryhmään. Ilmoittajien mukaan ostajista HOK-Elanto sekä Pirkanmaan ja Turun Osuuskaupat toimivat päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoilla Suomessa. Vähittäiskauppaa harjoitetaan Prisma-, S-market-, Sale- ja Alepa-ketjuissa. Alepa-ketju toimii vain HOK-Elannon toimialueella ja Sale-ketju taas muiden alueosuuskauppojen toiminta-alueella.
17. Ilmoittajien mukaan Prisma-ketjuun kuuluvat myymälät ovat hypermarketeja, joissa on tarjolla laajan elintarvike- ja päivittäistavaravalikoiman lisäksi kattava tarjonta kodin, vapaa-ajan, kodintekniikan ja puukeuhon tuotteita. S-marketit ovat supermarketeja, jotka tarjoavat laajan valikoiman päivittäistavaratuotteita. Salet ja Alepat ovat lähikauppoja, joiden tuotevalikoimissa on painotettu usein tarvittavia ja ostettavia tuotteita. Valikoima muodostuu päivittäisestä arkiruuoasta ja hygieniatuotteista. Lisäksi S-ryhmällä on päivittäistavaramyymälöitä ABC-liikenneasemien yhteydessä, joilla ruokakaupat toimivat Sale-, Alepa-, S-market- ja ABC-Market brändien alla. Keskeinen osa S-ryhmän konseptia on ilmoittajien mukaan hinnoittelun pysyvä edullisuus, ja S-ryhmän toiminta-ajatuksena on tarjota asiakasomistajille palveluita edullisesti.
18. Stockmann-tavaratalojen päivittäistavarakauppaa harjoitetaan Herkku-myymälöissä. Ilmoittajien mukaan Stockmannin Herkku-myymälät ovat profilo-

tuneet erityisen laadukkaita elintarvikkeita sekä oman keskuskeittiön valmistamia Meals-tuotteita ja tavallista eksoottisempia elintarvikkeita tarjoavina sekä korkeatasoisen asiakaspalvelun myymälöinä.

#### Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkina

19. Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinoiden osalta ilmoittajat viittaavat KKV:n tapauskäytäntöön, jossa vähittäiskaupan hankintamarkkinoiden on katsottu sisältävän päivittäistavaroiden myynnin valmistajalta tukku- ja vähittäiskauppiaille sekä muille yrityksille. Ilmoittajien mukaan aieman tapauskäytännön perusteella päivittäiskaupan hankintamarkkinoita voidaan arvioida ilman jaottelua tarkempiin tuoteryhmiin.
20. Ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinoiden voidaan katsoa olevan ainakin Suomen laajuiset, mutta useiden tuotteiden osalta Suomea laajemmat ja osin jopa globaalit.
21. Ilmoittajien mukaan SOK tuottaa S-ryhmän yksiköille hankinta- ja palvelutoimintaa. Hankinta- ja palvelutoiminta koostuu SOK:n hankintatoiminnan tuottamista päivittäis- ja käyttötavaroiden hankintapalveluista, Inex Partners Oy:n tuottamista logistiikkapalveluista, Meira Nova Oy:n hotelli-, ravintola- ja catering-alan hankinta- ja logistiikkapalveluista sekä SOK-yhtymän pääosin S-ryhmän yksiköille tuottamista muista palveluista. Lisäksi SOK tekee ilmoittajien mukaan hankintoja pohjoismaisen hankintaorganisaatio Coop Tradingin kautta. HOK-Elanto, Pirkanmaan Osuuskauppa ja Turun Osuuskauppa tekevät ilmoittajien mukaan SOK:n valtakunnallisen hankinnan ohella myös paikallista hankintaa, jonka osuus kokonaishankinnoista vaihtelee osuuskauppoittain.
22. Stockmannin Herkku-liiketoiminta vastaa ilmoittajien mukaan Stockmannketjun elintarvikehankinnoista. Ilmoittajien mukaan se hankkii noin [...]² myymälöissä myytävistä tuotteista Tuko Logistics Osuuskunnan kautta.

#### Horeca-tukkukaupan markkinat

23. Ilmoittajien mukaan osapuolista Meira Nova toimii horeca-tukkukaupan markkinoilla Suomessa. Sen sijaan kaupan kohde ei toimi näillä markkinoilla. Horeca-tukkukauppa kattaa hotelli-, ravintola- ja catering-asiakassegmentille tehtävän tukkumyynnin. Meira Novan lisäksi näillä markkinoilla toimivat ilmoittajien mukaan Ruokakeskon tytäryhtiö Kespro Oy sekä Wihuri Oy ja Heimon Tukku Oy. Lisäksi markkinalla toimii ilmoittajien mukaan myös muita pienempiä tukkuliikkeitä, erikoistukkureita, teollisuuden suoratoimijoita sekä vähittäiskaupan toimijoita (esim. Suomen Palvelutukkurit Oy sekä liha-, kala- ja vihannestukut).

---

<sup>2</sup> Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tieto tai tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

#### 4.2.2 Markkinoiden koko ja osapuolten markkina-asema

##### Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkina

24. *Valtakunnallinen markkina.* Ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan markkinalla S-ryhmän keskeisimmät kilpailijat ovat K-ryhmä ja Lidl Suomi Ky, jonka lisäksi muita kilpailijoita ovat Tokmanni Oy, M-ketju ja Minimani.
25. Ilmoittajat ovat toimittaneet KKV:lle tietoja yrityskaupan osapuolten ja niiden tärkeimpien kilpailijoiden myynnistä sekä markkinaosuuksista päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinalla Suomessa vuonna 2016, jotka on kuvattu alla olevassa taulukossa.<sup>3</sup> Ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan valtakunnallisten myyntimarkkinoiden kokonaismarkkinan arvo vuonna 2016 oli noin 16 740 miljoonaa euroa, josta S-ryhmän markkinaosuus oli noin 47,2 % ja Stockmannin markkinaosuus 1 %.

26.

<b>Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan valtakunnallinen myyntimarkkina</b>		
<b>2016</b>		
<b>Yhtiö</b>	<b>Myynti (€milj.)</b>	<b>Markkinaosuus</b>
S-ryhmä	7 897	47 %
Stockmann <sup>9</sup>	163	1 %
K-ryhmä	6 056	36 %
Lidl	1 473	9 %
Suomen Lähikauppa Oy	250	1 %
Muut	900	5 %
<b>Markkinan koko</b>	<b>16 740</b>	<b>100 %</b>

27. *Alueellinen markkina.* Ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäismyynnillä on myös alueellinen ulottuvuus. Ilmoittajat ovat toimittaneet KKV:lle paikallisia myynti- ja markkinaosuustietoja (arvonlisäverollisina). Tiedot sisältävät osapuolten ja niiden kilpailijoiden myynti- ja markkinaosuustie-

<sup>3</sup> Tietojen lähteenä on käytetty Nielsenin päivittäistavarakaupan myymälärekisteriä. Ilmoittajien mukaan oheiset Stockmannin myyntiluvut sisältävät yrityskaupan kohteena olevan liiketoiminnan lisäksi Oulun Herkun sekä Stockmannin tavaratalojen päivittäiskosmetiikan tavararyhmän, joten yrityskaupassa siirtyvä markkinaosuus on siten pienempi kuin 1%. Lisäksi Ruokakesko on vuonna 2016 hankkinut määräysvallan Suomen Lähikaupassa. Ilmoittajien mukaan taulukossa Suomen Lähikaupan myyntinä näkyy vuonna 2016 ennen ao. yrityskauppaa tapahtunut myynti ja sen jälkeinen myynti on tilastoitu Keskolle. Ilmoittajien mukaan kyseisen yrityskaupan vaikutus ei välttämättä näy vielä täysimääräisesti Keskon markkinaosuudessa.

dot viiden kilometrin säteellä Stockmannin Herkku-myyvälöistä, mutta paikalliset markkinat voivat olla tässä tapauksessa ilmoittajien käsityksen mukaan merkittävästi laajemmat.

28. Osapuolten PT myynti ja markkinaosuudet, etäisyys 0-5 km:

Alue	Yhtiö	Myynti (milj.€)	Markkinaosuus
Helsingin keskusta	S-ryhmä	[300-400]	[35-45 %]
	Stockmann	[50-150]	[5-15 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[750-850]</b>	<b>100 %</b>
Itäkeskus	S-ryhmä	[200-300]	[40-50 %]
	Stockmann	[0-100]	[0-10 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[450-550]</b>	<b>100 %</b>
Jumbo	S-ryhmä	[100-200]	[35-45 %]
	Stockmann	[0-100]	[0-10 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[300-400]</b>	<b>100 %</b>
Tampere	S-ryhmä	[150-250]	[50-60 %]
	Stockmann	[0-100]	[5-15 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[300-400]</b>	<b>100 %</b>
Tapiola	S-ryhmä	[100-200]	[45-55 %]
	Stockmann	[0-100]	[5-15 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[300-400]</b>	<b>100 %</b>
Turku	S-ryhmä	[150-250]	[30-40 %]
	Stockmann	[0-100]	[0-10 %]
	<b>Markkinan koko</b>	<b>[500-600]</b>	<b>100 %</b>

#### Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkina

29. Ilmoittajien näkemyksen mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkina on kansainvälinen, mutta ilmoittajat ovat kuitenkin toimittaneet KKV:lle markkinatietoja Suomen osalta. S-ryhmän keskeisimmät kilpailijat päivittäistavaroiden myynnissä ovat ilmoittajien mukaan K-ryhmä ja Lidl Suomi Ky. Muita kilpailijoita ovat Tokmanni Oy, M-ketju ja Minimani.
30. Ilmoittajien mukaan päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinoiden arvo vuonna 2016 oli [12 000–12 500] miljoonaa euroa, josta S-ryhmän markkinaosuus oli noin [40-50] % ja Stockmannin markkinaosuus noin [0-10] %. Ilmoittajien mukaan samana vuonna K-ryhmän markkinaosuus oli noin [30-40] % ja Lidl:n markkinaosuus noin [0-10] %.

#### Horeca tukkukaupan markkina

31. Horeca-tukkukaupan kokonaismarkkinan arvo vuonna 2016 oli ilmoittajien mukaan noin [2 000–2 500] miljoonaa euroa, josta Meira Nova Oy:n markkinaosuus oli [10-20] %.

#### 4.3 Yrityskaupan mahdollisten kilpailuvaikutusten alustava arviointi

32. Ilmoittajien näkemyksen mukaan ilmoitettu yrityskauppa ei johda tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoilla tai hankintamarkkinoilla. Ilmoittajien mukaan tätä näkemystä puoltavat muun muassa kova kilpailupaine myös jatkossa erityisesti K-ryhmän ja Lidl:n taholta, K-ryhmän ja Lidl:n ilmoittamat aiheet toimintojensa laajentamisesta, yrityskaupan aikaansaamat tehokkuushyödyt ja niistä kuluttajille koituva etu sekä se, että ilmoittajat eivät ole toistensa lähimpiä kilpailijoita.
33. Ilmoittajien näkemyksen mukaan järjestelyllä ei ole myöskään merkittävää vaikutusta Tuko Logisticsin toimintaan. Yhtiön asemaan ja toimintamahdollisuuksiin on ilmoittajien mukaan vaikuttanut Ruokakesko / Suomen Lähikauppa -yrityskauppa<sup>4</sup>, joten nyt tarkasteltavan yrityskaupan vaikutus Tuko Logisticsin kannalta on marginaalinen.
34. Osa KKV:n kuulemista yrityskaupan osapuolten kilpailijoista ja tavarantoimittajista on esittänyt KKV:lle antamissaan lausunnoissa yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia päivittäistavaroiden hankinta- ja vähittäismyyntimarkkinoille, mutta myös horeca-tukkukaupan markkinoille. Lausunnonantajat huomauttavat, että päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinat ovat erittäin keskittyneet. Lausuntojen mukaan S-ryhmä on kilpailulain 4a §:n tarkoittamassa määrävissä markkina-asemassa päivittäistavaroiden hankinta- ja vähittäismyyntimarkkinoilla, ja yrityskaupan myötä sen markkina-asema vahvistuisi entisestään, sekä vähentäisi päivittäistavaroiden vähittäismyynnissä kuluttajien valintamahdollisuuksia.
35. Erään KKV:lle lausuneen markkinatoimijan mukaan S-ryhmän hinnankorotuspaine on suuri suunnitellun yrityskaupan jälkeen, koska yrityskauppa poistaisi merkittävän kilpailupaineen S-ryhmän ja Stockmann Herkun väliltä. Markkinatoimijan mukaan jo ennestään keskittyneillä markkinoilla vähäisenkin hintapaineen poistuminen on tehokkaan kilpailun kannalta vahingollista.
36. Osa lausunnonantajista on esittänyt, että myös päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinat tulevat yrityskaupan seurauksena olemaan yhä keskittyneemmät. Lausuntojen mukaan nyt tarkasteltava yrityskauppa kiihdyttää niitä tukkukauppaan kohdistuvia haitallisia vaikutuksia, jotka saivat alkunsa Ruokakesko / Suomen Lähikauppa -yrityskaupan seurauksena. Lausuntojen mukaan keskittymisen seurauksena tavarantoimittajien kanavat ja vaihtoehdot saattaa tuotteitaan vähittäiskaupamarkkinoille vähenevät. Tämä voi lausunnonantajien mukaan nostaa entisestään alalle tulon esteitä

<sup>4</sup> KKV:n päätös, 11.4.2016, Ruokakesko/Suomen Lähikauppa Oy, Dnro KKV/1575/14.00.10/2015.



niin vähittäiskauppaan, hankintaportaalle kuin elintarviketeollisuuden toimijoille.

37. Eräs KKV:n kuulema markkinatoimija myös esittää, että tarkasteltaessa hankintamarkkinaa on huomioitava, että merkittävä osa Lidl'n myynnistä on sen ns. oma merkki -tuotteita, joiden hankinnan Lidl tekee pääsääntöisesti kansainvälisiltä markkinoilta. Lidl'n osuus kansallisilla hankintamarkkinoilla on lausunnon mukaan huomattavasti sen vähittäismyynnin markkinaosuutta pienempi, ja näin ollen S- ja K-ryhmän markkina-asema päivittäistavaroiden hankkijoina Suomessa on vielä vahvempi kuin päivittäistavaroiden valtakunnallisessa vähittäismyynnissä. Lisäksi eräs KKV:n kuulema markkinatoimija haluaa tuoda esiin keskittymisen vaikutuksia suomalaisen elintarvikeketjun kilpailukyvyille laajemminkin.

#### 4.4 Johtopäätös

38. Ottaen huomioon edellä esitetyt markkinoiden rakennetta sekä yrityskaupan osapuolten ja kolmansien välistä kilpailutilannetta koskevat havainnot KKV katsoo, että yrityskaupan kilpailuvaikutuksia yrityskaupan kannalta relevantteilla markkinoilla on edelleen selvitettävä.
39. Alustavan tarkastelun perusteella yrityskauppa saattaa aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia edellä kuvatulla tavalla päivittäistavaroiden vähittäiskaupan myyntimarkkinoilla sekä päivittäistavaroiden vähittäiskaupan hankintamarkkinoilla. Tästä syystä on tarpeen selvittää täsmällisemmin relevanttien markkinoiden määrittelyä ja yrityskaupan kilpailuvaikutuksia näillä markkinoilla. Asiassa on aiheellista tutkia yrityskaupan kilpailuvaikutuksia yksityiskohtaisesti jatkoselvityksessä.

## 5 Ratkaisu

40. KKV ryhtyy asiassa jatkoselvitykseen, jossa tutkitaan, estääkö käsiteltävänä oleva yrityskauppa 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.

## 6 Sovelletut säännökset

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

## 7 Muutoksenhaku

42. Kilpailulain 44 §:n perusteella yrityskaupan ilmoittaja ei saa hakea muutosta tähän KKV:n päätökseen valittamalla. Lisätietoja päätöksestä antaa erikois-tutkija Laura Kauppila, puhelin 029 505 3335, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.



**Päätös**  
Dnro KKV/700/14.00.10/2017  
Julkinen versio  
18.9.2017

10 (10)

Ylijohtaja

Timo Mattila

Erikoistutkija

Laura Kauppila