

7.2.2019

**Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena asiassa  
Parma Oy / AS TMB**

## SISÄLLYSLUETTELO

<b>1</b>	<b>Asia ja sen vireilletulo</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Osapuolet</b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Osapuolten harjoittama liiketoiminta</b> .....	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>Sovellettava lainsäädäntö</b> .....	<b>5</b>
4.1	Kilpailulain yrityskauppa- ja valvontaa koskevat säännökset.....	5
4.2	Kilpailulain yrityskauppa- ja valvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn .....	6
<b>5</b>	<b>Viraston selvitystoimenpiteet</b> .....	<b>7</b>
<b>6</b>	<b>Relevantit markkinat</b> .....	<b>8</b>
6.1	Betonielementtimarkkinat.....	8
6.2	Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista.....	9
6.3	Yrityskaupan osapuolten liiketoiminnan päällekkäisyys.....	10
6.3.1	Talonrakentamisen betonielementtituotteiden markkinat.....	10
6.3.2	Infrarakentamisen betonielementtituotteiden markkinat .....	11
6.4	Viraston arvio relevanteista tuotemarkkinoista .....	11
6.4.1	Johdanto.....	11
6.4.2	Eri elementtien välillä ei kysynnän korvaavuutta .....	14
6.4.3	Elementtien välillä vain erittäin rajallista tarjonnan korvattavuutta .....	15
6.4.3.1	Kilpailijoiden kuuleminen osoittaa vain erittäin rajallisen tarjonnan korvaavuuden..	15
6.4.3.2	Betoniteollisuuden tilastot eivät viittaa tarjonnan korvattavuuteen .....	17
6.4.4	Kokonaistoimitukset eivät peruste sisällyttää kaikkia elementtejä samalle tuotemarkkinalle.....	18
6.4.5	Muiden rakennusmateriaalien ja -tapojen tuottama kilpailupaine.....	20
6.4.5.1	Johdanto.....	20
6.4.5.2	Paikallavalun tuottama kilpailupaine .....	22
6.4.5.3	Teräksen tuottama kilpailupaine.....	25
6.4.5.4	Rakennusteollisuuden tilastot tukevat kuulemisissa saatuja tietoja .....	27
6.4.6	Koko elementtimarkkinaa suppeammat tuoteniput voivat muodostaa omat relevantit tuotemarkkinansa.....	28
6.4.7	Johtopäätös relevanttien tuotemarkkinoiden määrittelystä .....	32
6.5	KKV:n arvio relevanteista maantieteellisistä markkinoista .....	33
6.5.1	Markkinat eivät ole Suomea laajemmat.....	33
6.5.2	Markkinamäärittely Suomen alueen sisäpuolella voidaan jättää avoimeksi .....	33
6.5.3	Markkinan ulkopuolinen kilpailun paine .....	35
<b>7</b>	<b>Yrityskaupan kilpailuvaikutukset</b> .....	<b>35</b>
7.1	Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista.....	35
7.2	KKV:n arvio kilpailuvaikutuksista.....	37
7.2.1	Kilpailuvaikutusten arvioinnissa käytettävät menetelmät .....	37
7.2.1.1	Johdanto.....	37
7.2.1.2	Kapasiteettirajoitteiden merkitys yrityskaupan vaikutusten arvioinnissa .....	38
7.2.2	Rakenteellinen tarkastelu.....	42
7.2.2.1	Johdanto.....	42
7.2.2.2	Myyntimääriin perustuvat markkinaosuudet eri tuotesegmenteillä.....	43
7.2.2.3	Kapasiteettiin perustuvat markkinaosuudet eri tuotesegmenteillä .....	46
7.2.2.4	Markkinoiden keskittyneisyys .....	48

7.2.2.5	Markkinaosuudet tuotenippujen markkinoilla.....	50
7.2.2.6	Johtopäätös rakenteellisesta tarkastelusta.....	52
7.2.3	Keskittymän kilpailijoiden vastareaktiot betonielementtituotteiden markkinalla eivät riitä ehkäisemään hinnankorotuksia .....	53
7.2.3.1	Johdanto.....	53
7.2.3.2	Kilpailijoiden kyky laajentaa tuotantoaan: kapasiteettien käyttöasteet .....	53
7.2.3.3	Kilpailijoilla ei ole kannustimia laajentaa tuotantoaan riittävästi .....	55
7.2.4	Viraston kuulemat asiakkaat huolissaan hintojen noususta.....	60
7.2.5	Kilpailuvaikutusten kohdistuminen .....	61
7.2.5.1	Johdanto.....	61
7.2.5.2	Ontelolaatta .....	62
7.2.5.3	Jännitetyt palkit ja pilarit.....	65
7.2.5.4	Teräsbetoniset palkit ja pilarit.....	66
7.2.6	Tasapainottavat tekijät .....	67
7.2.6.1	Johdanto.....	67
7.2.6.2	Markkinoille tulo ja potentiaalinen kilpailu.....	67
7.2.6.3	Tasapainottava neuvotteluvoima.....	71
7.2.6.4	Yrityskaupan tehokkuushyödyt.....	74
7.2.6.5	Johtopäätös tasapainottavista tekijöistä .....	76
7.2.7	Johtopäätös .....	77
<b>8</b>	<b>Sitoumukset.....</b>	<b>77</b>
8.1	Osapuolten KKV:lle esittämät sitoumukset.....	77
8.2	Sitoumusten arviointi.....	82
<b>9</b>	<b>Sovelletut säännökset.....</b>	<b>83</b>
<b>10</b>	<b>Muutoksenhaku .....</b>	<b>83</b>
<b>11</b>	<b>Lisätiedot .....</b>	<b>83</b>

## 1 Asia ja sen vireilletulo

Yrityskauppa-asia, jossa Parma Oy hankkii yksinomaisen määräysvallan AS TMB:ssä. Yrityskauppa on ilmoitettu Kilpailu- ja kuluttajavirastolle 10.8.2018.<sup>1</sup>

## 2 Osapuolet

Parma Oy

AS TMB

## 3 Osapuolten harjoittama liiketoiminta

- 1 Parma Oy ("Parma") 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 22 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]<sup>2</sup> 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 ("TMB") on betonielementtien valmistuksessa, suunnittelussa ja asennuksessa toimivan TMB-konsernin emoyhtiö. TMB-konserni toimii Baltiassa, Skandinaviassa, Suomessa konserni harjoittaa liiketoimintaa Betonimestarit Oy:n kautta. Betonimestarit Oy valmistaa ja myy betonisia runko tuotteita, laattoja ja seinäelementtejä, minkä lisäksi yhtiön tuotevalikoimaan kuuluvat infratuotteet. TMB-konsernilla on yksi elementtitehdas Virossa (Tartossa), yksi Latviassa (Riikassa) ja kolme Suomessa, jotka sijaitsevat Nastolassa, lisalmella ja Haapavedellä.

---

<sup>1</sup> Järjestely on ilmoitettu virastolle ensimmäisen kerran 7.8.2018. Virasto on 10.8.2018 ilmoittanut yrityskauppailmoituksen olevan kilpailulain 26 §:n tarkoittamalla tavalla olennaisesti puutteellinen, koska ilmoituksen kohdassa 7.2.2.1 annetut tiedot osapuolten myynnin volyymin ja markkinaosuuksista ovat ristiriitaisia kyseisistä tiedoista annetun kuvauksen kanssa eikä ristiriitaisuuksia voitu pitää vähäisinä.

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

- 4 AS TMB:n maailmanlaajuinen liikevaihto oli vuonna 2017 noin 124,4 miljoonaa euroa ja sen Suomesta kertynyt liikevaihto oli noin [40–50] miljoonaa euroa.
- 5 Yrityskaupan ilmoittajan mukaan Parma Oy hankkii AS TMB:n koko osakekannan.
- 6 Viron kilpailuviranomainen on 5.12.2018 alustavana arvionaan ilmoittanut, ettei se voi hyväksyä ilmoitettua yritysjärjestelyä, ja Viron liiketoimintoja koskenut yrityskauppailmoitus on peruutettu. Tästä johtuen osapuolet ovat päättäneet jättää AS TMB:n Viron liiketoiminnot yrityskaupan ulkopuolelle. [REDACTED]

## 4 Sovellettava lainsäädäntö

### 4.1 Kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevat säännökset

- 7 Kilpailulain (2011/948) 21 §:n 1 momentin mukaan yrityskaupalla tarkoitetaan: 1) kirjanpitolain (1336/1997) 1 luvun 5 §:ssä tarkoitetun määräysvallan 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.
- 8 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.
- 9 Kilpailulain 22 §:n 1 momentin mukaan säännöksiä yrityskauppavalvonnasta 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.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Liikevaihdon laskemisesta säädetään kilpailulain 24 §:ssä, jonka 1 momentin mukaan määräysvallan hankkijan, 21 §:n 1 momentin 2 kohdassa tarkoitetun liiketoiminnan tai sen osan hankkijan, absorptiosulautumisessa vastaanottavan yhteisön tai säätiön, kombinaatiosulautumisessa sulautuvan yhteisön tai säätiön ja yhteisyrityksen perustajan liikevaihtoon luetaan: 1) sellaisen yhteisön ja säätiön liikevaihto, joka käyttää siinä määräysvaltaa; 2)

- 10 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. Kilpailulain 25 §:n 2 momentin mukaan jos 1 momentissa tarkoitettu kilpailun estyminen voidaan välttää asettamalla yrityskaupan toteuttamiselle ehtoja, Kilpailu- ja kuluttajaviraston tulee esityksen tekemisen sijasta neuvotella ja määrätä tällaiset ehdot noudatettaviksi. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ei voi määrätä yrityskaupalle ehtoja, joita yrityskaupan ilmoittaja ei hyväksy.
- 11 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. Määräaika ei ala kulua, jos ilmoitus on olennaisesti puutteellinen. Kilpailulain 26 §:n 2 momentin mukaan jollei Kilpailu- ja kuluttajavirasto aseta ehtoja eikä tee esitystä yrityskaupan kieltämisestä kolmen kuukauden kuluessa siitä, kun se päätti jatkoselvitykseen ryhtymisestä, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi. Markkinaoikeus voi pidentää määräaikaa enintään kahdella kuukaudella.

#### 4.2 Kilpailulain yrityskauppavalvontaa 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 tarkoitettusta 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 yrityskauppavalvontaa koskevia säännöksiä.

---

sellaisen yhteisön ja säätiön liikevaihto, jossa se käyttää määräysvaltaa; 3) sellaisen yhteisön ja säätiön liikevaihto, jossa 1 kohdassa tarkoitettu yhteisö tai säätiö käyttää määräysvaltaa; sekä 4) sellaisen yhteisön ja säätiön liikevaihto, jossa määräysvaltaa käyttää sama luonnollinen henkilö kuin johdantokappaleessa mainitussa yhteisössä tai säätiössä. Kilpailulain 24 §:n 2 momentin mukaan hankinnan kohteen liikevaihtona pidetään: 1) sen yhteisön tai säätiön liikevaihtoa, josta hankitaan määräysvalta; 2) 21 §:n 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettuun liiketoimintaan tai sen osaan liittyvää liikevaihtoa; tai 3) absorptiosulautumisessa sulautuvan yhteisön tai säätiön liikevaihtoa. Hankinnan kohteen liikevaihtoon luetaan myös sen yhteisön tai säätiön liikevaihto, jossa 2 momentin 1 tai 3 kohdassa tarkoitettu yhteisö tai säätiö käyttää määräysvaltaa.

## 5 Viraston selvitystoimenpiteet

- 14 KKV:llä on ollut käytössään Betoniteollisuus ry:n jäseniltään keräämä aineisto vuosilta 2015–2018. Aineisto sisältää valmistajakohtaiset tiedot liikevaihdosta ja sen jakautumisesta sekä betonielementtituotteiden menekistä jokaisen betonielementtimarkkinan segmentin osalta. KKV on hyödyntänyt aineiston sisältämiä tietoja markkinoiden koon, rakenteen ja yrityskaupasta seuraavien markkinarakenteen muutosten tarkastelussa.
- 15 KKV on täydentänyt Betoniteollisuus ry:n aineistoa sellaisten toimialajärjestöön kuulumattomien yritysten myyntitiedoilla, jotka ilmoittajan toimittamien tietojen mukaan valmistavat elementtejä, joissa keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus nousee Betoniteollisuus ry:n tilastojen perusteella korkeimmiksi.<sup>4</sup> Virastolla on näin ollen kattavat myyntitiedot seuraavista elementeistä: (a) ontelolaatta; (b) TT-laatta, (c) kuorilaatta; (d) väliseinät; (e) teräs-betoniset palkit ja pilarit; sekä (f) jännitetyt palkit ja pilarit.
- 16 Liikevaihtoaineiston lisäksi KKV on kerännyt yrityskaupan osapuolilta sekä kilpailijoilta tiedot kunkin tehtaan tuotekohtaisista, kuukausittaisista maksimikapasiteeteista sekä kapasiteetin käyttöasteista vuodelta 2017. Kapasiteettien laskentatapaa on käsitelty yksityiskohtaisesti jäljempänä jaksoissa 7.2.2.3 ja 7.2.3. Virasto on kerännyt ilmoittajan lisäksi tiedot kaikilta sellaisilta toimijoilta, jotka ilmoittajan toimittamien tietojen mukaan valmistavat edellä lueteltuja elementtejä.
- 17 Virasto on saanut ilmoittajalta transaktiokohtaisen aineiston vuosilta 2015–2017 ja vuoden 2018 ensimmäiseltä puoliskolta. Transaktiokohtainen aineisto sisältää tiedot ilmoittajan tuotekohtaisista myyntimääristä ja myyntihinnoista jokaista asiakastilausta kohti.
- 18 Lisäksi virastolla on ollut käytössään Parman kustannusaineisto. Parman kustannusaineisto sisältää tehdaskohtaiset tiedot kiinteistä ja muuttuvista kustannuksista sekä tehtaiden voittomarginaalista. Virastolla on ollut käytössään myös molempien osapuolten kausisopimukset vuosilta 2015–2017 sekä kaikki sellaiset materiaalien väliset tarjouskilpailut, joihin Parma on osallistunut vuonna 2017.
- 19 Virasto on selvittänyt tarjonnan korvattavuutta eri betonielementtituotteiden välillä yrityskaupan osapuolilta sekä näiden suurimmilta kilpailijoilta.<sup>5</sup> Yritykseltä kerättiin yksityiskohtaisia tietoja tarjonnan korvattavuuden teknisistä mahdollisuuksista sekä kustannuksista.

<sup>4</sup> Markkinaosuuksia on käsitelty jäljempänä jaksossa 7.2.2.

<sup>5</sup> Betset Oy, Rudus Oy ja Lujabetoni Oy.

- 20 Virasto toteutti betonielementtituotteita ostaneille asiakkaille osoitetun kyselytutkimuksen ("asiakaskysely")<sup>6</sup>, jolla pyrittiin selvittämään seuraavia seikkoja: (i) ovatko betonielementit korvattavissa talonrakentamisessa toisillaan; (ii) ovatko betonielementit korvattavissa talonrakentamisessa muilla toteutustavoilla tai materiaaleilla; (iii) miten betonielementtituotteita kilpailutetaan; ja (iv) millaisia kausisopimuksia betonielementtituotteista solmitaan.
- 21 Virasto on lisäksi selvittänyt kysynnän korvattavuutta betonielementtimarkkinnalla, muiden rakennusmateriaalien ja -tapojen tuottamaa kilpailupainetta sekä yleisesti betonielementtien kaupankäyntitapaa yrityskaupan osapuolilta, näiden suurimmilta asiakkailta sekä rakennuskonsulteilta<sup>7</sup>. Virasto on lisäksi kuullut myös terästuotteiden valmistajaa ja toimialajärjestöjä<sup>8</sup>.

## 6 Relevantit markkinat

### 6.1 Betonielementtimarkkinat

- 22 Betonielementtituotteita valmistetaan useisiin eri käyttötarkoituksiin, joista tärkeimpiä ovat talonrakentaminen ja infrarakentaminen. Betonielementtejä käytetään kaikentyyppisessä talonrakentamisessa. Talonrakentamisessa valmiista elementeistä voidaan tehdä omakoti- ja rivitaloja, asuinkerrostaloja, toimisto-, liike- ja julkisia rakennuksia sekä esimerkiksi teollisuuden ja maatalouden halleja.
- 23 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 porraselementtejä.
- 24 Infrarakentamisessa käytettäviä betonielementtituotteita ovat esimerkiksi padot ja tunnelit, putkilinjat, sillat, satamarakenteet sekä meluesteet. 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.

---

<sup>6</sup> Kysely toteutettiin Webropol-kyselytyökalulla. Asiakaskysely kohdistettiin Parman ja TMB:n suurimmille asuinrakentamisen ja toimitilarakentamisen asiakkaille sekä neljälle kertaluontoisista rakennusprojekteista toteuttavalle taholle. Asiakaskysely lähetettiin yhteensä 36 henkilölle, jotka edustivat 28 yritystä. Kyselyyn vastasi 27 henkilöä (vastausprosentti 75 prosenttia), jotka edustivat 20 eri yritystä. Kyselyn vastaajat edustivat eri kokoisia yrityksiä, ja toimivat sekä toimitila- että asuinrakentamisen alueilla. Nämä seikat on otettu huomioon kyselytutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa.

<sup>7</sup> YIT Oy, NCC Suomi Oy, SRV Yhtiöt Oyj, Skanska Oy, Sweco ja Ramboll Finland Oy.

<sup>8</sup> Ruukki Construction Oy, Teräsrakenneyhdistys ry ja Puuinfo Oy.



- 25 Betoniteollisuus ry 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

- 26 Ilmoittajan mukaan betonielementtimarkkinoita tulee tarkastella kokonaisuutena eikä markkinoita ole yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimisen kannalta tarpeen jaotella elementtituotekohtaisesti. Ilmoittajan mukaan betonielementtituotteet ovat tyypillisesti ominaisuuksiltaan melko samanlaisia eikä laadullisen eriyttämisen merkitys ole olennainen.
- 27 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.
- 28 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.
- 29 Ilmoittajan mukaan ainakin tietyt betonielementtituotteet ovat jossain määrin toisiaan korvaavia. Ilmoittajan mukaan esimerkiksi TT-laatat voidaan korvata talonrakentamisessa muun muassa kuorilaatoilla ja kuorilaatat voidaan korvata muun muassa TT-laatoilla. Betonielementtejä voidaan ilmoittajan mukaan korvata myös vaihtoehtoisella rakentamistavalla eli paikallavalulla, minkä lisäksi betonia on mahdollista korvata muilla rakennusmateriaaleilla kuten teräksellä ja joissain tapauksissa myös puulla.
- 30 Betonielementtituotteet ovat ilmoittajan mukaan homogeenisia tuotteita, joita valmistetaan asiakkaan spesifikaatioiden mukaisesti eikä toimittajan vaihtaminen johda lisäkustannuksiin. Asiakkaat myös kilpailuttavat toimittajiaan ja ovat valmiita vaihtamaan toimittajia kilpailutuksen tuloksen seurauksena. Ilmoittajan mukaan kysynnän ja tarjonnan korvattavuuden johdosta tuotekohmainen tarkastelu ei anna oikeaa kuvaa markkinoiden kilpailutilanteesta.
- 31 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.

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

### 6.3 Yrityskaupan osapuolten liiketoiminnan päällekkäisyys

#### 6.3.1 Talonrakentamisen betonielementtituotteiden markkinat

- 34 Ilmoittajan mukaan yrityskaupan kohteen Suomen kokonaismyynnistä valtaosa (noin ■ prosenttia) muodostuu toimitilarakentamisesta. Ilmoittajan mukaan yrityskaupan osapuolten toiminnot ovat tästä syystä päällekkäisiä lähinnä toimitilarakentamisessa, missä kilpailuongelmia ei voi syntyä vaihtoehtoisten rakennusmateriaalien ja -tapojen aiheuttaman kilpailupaineen vuoksi.
- 35 Tarkastellessaan osapuolten liiketoimintojen päällekkäisyyttä virasto on kiinnittänyt huomiota ensinnäkin siihen, että Parma tuottaa betonielementtituotteita laajalti sekä toimitila- että asuinrakentamisen kohteisiin. Toiseksi, vaikka Betonimestareiden liiketoiminta on painottunut toimitilasektorille, yritys toimittaa betonielementtituotteita myös asuinrakentamisen kohteeseen.
- 36 Viraston selvitykset ovat myös osoittaneet, että asunto- ja toimitilasektorin asiakkaille toimitettavat betonielementtituotteet eivät eroa toisistaan, vaan samoja betonielementtejä toimitetaan molempiin rakennuskohteisiin. Betonielementtien suhteellinen jakauma näissä kahdessa ryhmässä eroaa jossain määrin toisistaan, esimerkiksi ontelolaattojen ja väliseinien suhteellinen osuus on asuntorakentamisessa suurempi jännitettyjen palkki- ja pilarielementtien korostuessa toimitilarakentamisessa. Viraston selvitykset ovat kuitenkin osoittaneet, että TT-laattaa lukuun ottamatta kaikkia betonielementtituotteita käytetään molemmissa talonrakentamisen segmenteissä.
- 37 Virasto on lisäksi tarkastellut jaksossa 5 kuvatun transaktioaineiston perusteella, esiintyykö yrityskaupan osapuolten asiakaskunnassa päällekkäisyyttä. Tarkasteluun on otettu kummankin yrityskaupan osapuolen 30 suurinta asiakasta, jotka muodostavat [70–80] prosenttia Parman ja [80–90] prosenttia Betonimestareiden asiakaskunnasta vuonna 2017. Tarkastelu osoittaa, että [40–50] prosenttia asiakkaista oli jo ennen yrityskauppaa molempien keskittymän osapuolten asiakkaita.

- 38 Viraston arvion mukaan yrityskaupan osapuolten liiketoiminta on edellä kuvatuin perustein horisontaalisesti päällekkäistä sekä asuin- että toimitilarakentamisen kohteissa eikä yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnin kannalta ole tarpeen selvittää tarkemmin, tulisiko markkina jaotella edelleen asiakasryhmittäin.

#### 6.3.2 Infrarakentamisen betonielementtituotteiden markkinat

- 39 Yrityskaupan osapuolilla on ilmoittajan mukaan päällekkäistä toimintaa myös infrarakentamisen betonielementeissä. Infrarakentamisessa käytettäviä betonielementtituotteita ovat ilmoittajan mukaan esimerkiksi padot ja tunnelit, putkilinjat, sillat, satamarakenteet sekä meluesteet.
- 40 Betoniteollisuus ry tilastoi betonisia maa- ja vesirakennuselementtejä sekä kunnallistekniikkatuotteita (KT-tuotteita) tuotteiden valmistusmäärien perusteella edelleen jaoteltuna seuraavasti: i) paalut, ii) silta- ja muut elementit, iii) ratapölkkyt, iv) muut maa- ja vesirakennus (MVR) -elementit, v) putket, ja vi) kaivot ja renkaat.
- 41 Ilmoittajan mukaan Parma on myynyt siltaelementtejä vuonna 2017 ja Betonimestarit viimeksi vuonna 2015. Lisäksi osapuolet ovat myyneet maa- ja vesirakennuselementtejä vuosina 2015–2016. Osapuolten toiminta infratuotteiden markkinalla on erittäin vähäistä. Ilmoittajan tytäryhtiö Parma Rail Oy on aktiivinen toimija ratapölkkyjen markkinalla, mutta kohde ei valmista lainkaan ratapölkkyjä. Ilmoittajan mukaan osapuolten päällekkäisyys infrarakentamisen betonielementeissä on siten lähinnä satunnaista.
- 42 Viraston arvion mukaan yrityskaupalla ei ole haitallisia vaikutuksia infrarakentamisen betonielementtien markkinoilla, eikä kyseistä markkinasegmenttiä siten tarkastella lähemmin.

### 6.4 Viraston arvio relevanteista tuotemarkkinoista

#### 6.4.1 Johdanto

- 43 Markkinoiden määrittely on väline, jonka avulla tunnistetaan ja määritellään yritysten välisen kilpailun rajat ja jonka päätavoitteena on selvittää järjestelmällisesti yrityskaupan osapuolten kilpailukäyttäytymistä rajoittavat tekijät. Relevanttien tuotemarkkinoiden määrittelyssä selvitetään, mitkä hyödykkeet kilpailevat tai voivat kilpailla tarkastelun kohteena olevan hyödykkeen kanssa ja siten rajoittavat keskittymän markkinavoiman käyttöä.
- 44 Kysynnän korvattavuus on taloudelliselta kannalta välittömin ja tehokkain tekijä, joka rajoittaa tuotteen tai palvelun tarjoajan hinnoitteluvapautta.<sup>9</sup> Kysynnän korvattavuuden arviointiin kuuluu sellaisten tuotteiden määrittelemine,

---

<sup>9</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C 372/03), kohta 13.

joita asiakas pitää korvaavina tuotteina. Yksi mahdollinen tapa tehdä tämä määritelmä on olettaa, että suhteellisissa hinnoissa tapahtuu pieni, pysyvä muutos, ja arvioida asiakkaiden todennäköiset reaktiot tähän hinnannousuun (nk. SSNIP-testi<sup>10</sup>).

- 45 Tarjonnan korvattavuus otetaan relevanttien markkinoiden määrittelyssä huomioon silloin, kun sen vaikutukset vastaavat kysynnän korvattavuuden vaikutuksia tehokkuudeltaan ja välittömyydeltään. Tämä edellyttää, että muita tuotteita tai palveluja tuottavat yritykset voivat lyhyellä aikavälillä siirtyä tuottamaan kyseisiä tuotteita tai palveluita ilman, että siitä seuraa merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä.<sup>11</sup> Muissa tapauksissa tarjonnan korvattavuus ja potentiaalinen kilpailu otetaan huomioon arvioitaessa keskittymästä seuraavaa kilpailun vähenemistä tasapainottavia tekijöitä.
- 46 Relevantit maantieteelliset markkinat muodostuvat puolestaan 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. Relevantit markkinat määritellään yhdistämällä tuotemarkkinat ja maantieteelliset markkinat.<sup>12</sup>
- 47 Ilmoittajan mukaan kaikki betonielementit kuuluvat samoille relevanteille markkinoille, eikä niitä tule jaotella betonielementtituotekohtaisesti. Ilmoittajan mukaan elementtivalmistajat pyrkivät sopimaan asiakkaidensa kanssa kokonaistoimituksista, jotka kattavat asiakkaan rakennushankkeen kaikki elementtituotteet. Toisaalta, ilmoittajan mukaan asiakkaat pystyvät hajauttamaan elementtihankintansa useille toimittajille, mikäli kokonaistoimituksen hinta ei ole kilpailukykyinen.
- 48 Olennainen kysymys relevanttien tuotemarkkinoiden määrittelyssä nyt esillä olevassa asiassa on ollut selvittää, onko betonielementtimarkkinaa tarkasteltava yhtenä kaikista elementtituotteista muodostuvana kokonaismarkkinana vai segmenttikohtaisesti siten, että jokainen betonielementtituote muodostaa oman markkinansa. Lisäksi virasto on selvittänyt tulisiko relevanteina markkinoina tarkastella koko elementtimarkkinaa suppeampia tuotenippuja. Virasto on selvityksissään kiinnittänyt huomiota siihen, että vaikka keskittymä tarjoaa kaikkia elementtituotteita, valtaosa sen myynnistä on keskittynyt tiettyihin tuoteryhmiin. Tästä syystä ilmoittajan soveltama markkinamäärittely, jonka mukaan kaikki elementtituotteet tulisi sisällyttää samoille relevanteille

---

<sup>10</sup> SSNIP on lyhenne sanoista *Small but Significant, Non-transitory Increase in Price*.

<sup>11</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C 372/03), kohta 20.

<sup>12</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C372/03), kohdat 7–9.

tuotemarkkinoille, jättää huomioimatta sen tosiseikan, että keskittymän markkinaosuus on huomattavan korkea tietyissä tuoteryhmissä.<sup>13</sup>

- 49 Ilmoittajan mukaan betonielementtituotteita voidaan jossain määrin korvata myös vaihtoehtoisella rakentamistavalla eli paikallavalulla tai muilla rakennusmateriaaleilla. Osana selvityksiään virasto on tarkastellut, missä määrin eri rakennusmateriaalit ja -tavat tuottavat kilpailun painetta betonielementeille ja kuuluvatko korvaavat materiaalivaihtoehdot samalle vai eri markkinalle betonielementtien kanssa. Tutkimuskysymyksenä on ollut selvittää, mitkä tekijät ohjaavat rakennusmateriaalin tai -tavan valintaa ja miten nämä tekijät vaikuttavat elementtien ja vaihtoehtoisten rakennustapojen väliseen kilpailuasetelmaan.
- 50 Arvioitaessa markkinamäärittelyn merkitystä esillä olevassa asiassa on otettava huomioon se, että kyseessä on hintadiskriminaatiomarkkina.<sup>14</sup> Markkinoilla, joilla hintadiskriminaatio on mahdollista, yrityskaupan hintavaikutukset voivat olla erilaiset eri asiakasryhmille. Mahdollisuus hintadiskriminaatioon voi tarkoittaa sitä, että keskittymä pystyy nostamaan hintoja tietyille asiakasryhmille, vaikka hinnankorotus koko markkinan tasolla ei olisikaan kannattava.
- 51 Mahdollisuus hintadiskriminaatioon voi myös tarkoittaa, että relevantit markkinat määritellään niiden asiakasryhmien mukaan, joihin hintadiskriminaatio todennäköisesti kohdistuisi. Käytännössä tämä voi johtaa siihen, että relevantit markkinat ovat kapeammat kuin tilanteessa, jossa hintadiskriminaatio ei olisi mahdollista.<sup>15</sup>
- 52 Vaikka markkinoita ei hintadiskriminaation vuoksi olisi tarpeen määritellä erikseen asiakassegmenteittäin, mahdollisuus hintadiskriminaatioon johtaa nyt esillä olevassa asiassa siihen, että keskittymän on mahdollista nostaa hintojaan kannattavasti sellaisille asiakasryhmille, joissa keskittymä ei kohtaa kilpailun painetta esimerkiksi vaihtoehtoisista rakennusmateriaaleista tai -tavoista.

---

<sup>13</sup> Julkisivuelementit, sisäkuorielementit ja ”muut laattaelementit” muodostavat Betoniteollisuuden vuoden 2017 volyymitilastojen ja Parman keskimääräisten myyntihintojen perusteella kokonaiselementtimarkkinoista yhteensä ■ prosenttia. Näissä elementeissä keskittymän osapuolten yhteenlaskettu, painotettu markkinaosuus on noin [10–20] prosenttia. Väliseinät, TT-laatat, ontelolaatat, kuorilaatat, jännitetyt palkit, teräsbetoniset palkit ja -pilarit sekä perustuselementit muodostavat ■ prosenttia elementtimarkkinoista, mutta ■ prosenttia Parman kokonaisyhteisestä. Keskittymän yhteenlaskettu painotettu markkinaosuus näissä elementeissä on [50–60] prosenttia.

<sup>14</sup> Hintadiskriminaatiolla tarkoitetaan hinnoittelua, jossa samasta tuotteesta tai palvelusta veloitetään eri hinta eri asiakkailta. Niin sanottu kolmannen asteen hintadiskriminaatio edellyttää, että yritykset pystyvät tunnistamaan riittävän suurella todennäköisyydellä asiakkaita tai asiakasryhmiä, joiden maksuhalukkuudet (tai yleisemmin kysynnät) eroavat toisistaan sekä sitä, että asiakkaat eivät voi käydä palvelulla kauppaa jälkikäteen keskenään.

<sup>15</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C372/03), kohta 43; U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission: Horizontal Merger Guidelines

#### 6.4.2 Eri elementtien välillä ei kysynnän korvaavuutta

- 53 Virasto on tarkastellut betonielementtituotteiden välistä kysynnän korvattavuutta kuulemalla keskittymän asiakkaita. Kuuleminen perustuu sekä asiakkailta saatuihin lausuntoihin että edellä jaksossa 5 kuvattuun asiakaskyselyyn.
- 54 Asiakaskyselyssä vastaajilta kysyttiin, kuinka usein viimeisen kolmen vuoden aikana he olivat vaihtaneet käytettävää betonielementtiä TT-laattojen ja kuorilaattojen välillä tai teräsbetonipalkkien ja -pilarien ja jännitettyjen palkkien ja pilarien välillä. Esitetyt elementtiparit perustuivat ilmoittajan arvioon siitä, mitkä tuotteet olisivat kysynnän näkökulmasta toisiaan korvaavia. Kysymykset esitettiin erikseen omaperusteisen- ja urakkarakentamisen osalta. Vastaajilta kysyttiin myös, vaihtaisiko vastaaja elementtituotteesta toiseen 5–10 prosentin hinnankorotuksen seurauksena.
- 55 Elementtien välisessä korvattavuudessa ei kyselyn perusteella ollut merkittäviä eroja asuinrakentamisen ja toimitilarakentamisen välillä. Toimitilarakentajat olivat keskimäärin hieman valmiimpia vaihtamaan kaikkien elementtiparien suhteen kuin asuinrakentamista edustaneet vastaajat.<sup>16</sup> Omaperusteisen ja urakkarakentamisen välillä ei myöskään ollut merkittäviä eroja elementtien välisen korvattavuuden suhteen.
- 56 Vastaukset osoittavat, että pääosin eri elementtien välillä ei ole korvattavuutta. Vain yksittäiset vastaajat olivat vaihtaneet elementtien välillä viimeisen kolmen vuoden aikana eivätkä vastaajat olleet halukkaita vaihtamaan elementistä toiseen 5–10 prosentin hinnankorotuksen seurauksena.
- 57 Avoimissa vastauksissa asiakkaat kertoivat, että elementtien välillä on niiden ominaisuuksien ja käyttötarkoituksen perusteella vain hyvin rajallista korvattavuutta. Lyhyellä jännevälillä TT-laatat voidaan *teoriassa* korvata kuorilaa-talla, joskaan näin ei juurikaan toimita. Lyhyillä jänneväleillä ja pienemmillä kuormituksilla jännebetoni voidaan vaihtaa teräsbetoniin. Käytännössä kuitenkin kunkin betonielementtituotteen optimaalinen käyttöalue on erilainen, eivätkä tuotteet ole näin ollen suoraan toisiaan korvaavia. Tämä vastaa myös ilmoittajan näkemystä eri betonielementtien välisestä korvattavuudesta.
- 58 Johtopäätös kyselystä on, että käytännössä ainoastaan teräsbetonin korvaaminen jännebetonilla on jossain määrin mahdollista ja kannattavaa. Muiden elementtien osalta vastaajat sekä asuin- että toimitilarakentamisessa vastasivat valtaosin, etteivät vaihtaisi koskaan, tai vaihtavansa vain 0–5 prosentissa tapauksista. KKV:n arvion mukaan kysely osoittaa, että elementtien välillä ole sellaista kysynnän korvattavuutta, jonka johdosta voitaisiin katsoa eri elementtien kuuluvan samalle relevantille markkinalle.

<sup>16</sup> TT-laattojen ja kuorilaattojen vaihtamista koskeissa kysymyksissä 50–60 prosenttia asuinrakentamista edustavista vastaajista ilmoitti, ettei kysymys koske yritystä.

#### 6.4.3 Elementtien välillä vain erittäin rajallista tarjonnan korvattavuutta

59 Relevanttien tuotemerkkinoiden määrittelyssä otetaan huomioon tarjonnan korvattavuus sellaisissa tapauksissa, joissa sen vaikutukset vastaavat välittömyydeltään ja tehokkuudeltaan kysynnän korvattavuutta. Tarjonnan korvattavuuden arvioinnissa tarkastellaan sitä, voivatko muut markkinoilla toimivat yritykset siirtää tuotantonsa suhteellisen vaivattomasti ilman merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä.<sup>17</sup> Jos tarjonnan korvattavuus edellyttää merkittävää sopeuttamista, lisäinvestointeja, strategisia päätöksiä tai viivästymisiä, sitä ei oteta huomioon relevanttien markkinoiden määrittelyssä.<sup>18</sup>

##### 6.4.3.1 Kilpailijoiden kuuleminen osoittaa vain erittäin rajallisen tarjonnan korvattavuuden

60 Virasto on selvittänyt tarjonnan korvattavuutta eri betonielementtituotteiden välillä yrityskaupan osapuolilta sekä näiden kolmelta suurimmalta kilpailijalta<sup>19</sup> niin kutsutun korvaavuus- eli substituutiomatriisin avulla. Virasto on käyttänyt selvityksessään kultakin yritykseltä kerättyjä yksityiskohtaisia tietoja tarjonnan korvattavuuden teknisistä mahdollisuuksista sekä kustannuksista.<sup>20</sup>

61 Lisäksi virasto on keskustellut puhelimitse tuotannon uudelleen suuntaamisen mahdollisuuksista ja edellytyksistä substituutiomatriisin täyttäneiden kilpailijoiden kanssa. Osana kapasiteetin käyttöasteita koskevia selvityksiään virasto on keskustellut tuotannon uudelleen suuntaamisen mahdollisuuksista myös pienten ja keskisuurten toimijoiden kanssa.

62 Ilmoittajan ja keskittymän kilpailijoiden näkemykset tuotannon uudelleensuuntaamisen teknisistä mahdollisuuksista sekä taloudellisista vaikutuksista poikkeavat merkittävästi toisistaan.

63 Ilmoittajan toimittamien tietojen mukaan tuotannon uudelleensuuntaaminen olisi teknisesti mahdollista lähes kaikkien betonielementtituotteiden välillä. Ilmoittajan toimittamien tietojen mukaan uudelleensuuntaaminen kestää ■■■■■ työpäivää riippuen siitä, minkä elementtituotteiden välillä tuotantoa suunnataan uudelleen. Tuotannon uudelleensuuntaamisesta aiheutuvat suorat kustannukset muodostavat noin ■■■■■ prosenttia Parman keskimääräisestä kuukausittaisesta kokonaisymyynnistä, elementtituotteesta riippuen. Tuotantoa on ilmoittajan mukaan mahdollista uudelleensuunnata vain osittain ja jatkaa myös olemassa olevaa tuotantoa esimerkiksi siirtämällä vain yksi linjasto. TT-laatussa tuotannon uudelleensuuntaamista ei voida toteuttaa muun

<sup>17</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C 372/03), kohta 20.

<sup>18</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C 372/03), kohta 23.

<sup>19</sup> Betsset Oy, Rudus Oy ja Lujabetoni Oy.

<sup>20</sup> Substituutiomatriisiin kerättiin yrityksiltä seuraavat tiedot: (1) Tekninen mahdollisuus siirtää tuotantoa eri betonielementtituotteiden välillä, (2) Tuotannon uudelleenjärjestelyn kustannus ja menetetty tuotanto, (3) Tuotannon uudelleenjärjestelyyn kuluva aika, ja (4) Onko uudelleenjärjestelyä ennen toteutettu tehtaalla.

tuotannon kanssa samanaikaisesti vaan tuotannon uudelleensuuntaaminen edellyttää muun tuotannon keskeyttämistä.

- 64 Viraston selvitysten mukaan tekniset mahdollisuudet tuotannon uudelleen suuntaamiseen sekä siitä aiheutuvat kustannukset riippuvat tuotantokapasiteetista. Ilmoittajan näkemyksen mukainen mahdollisuus joustavaan tuotannon uudelleen suuntaamiseen rajoittuu viraston selvitysten mukaan niin sanottuihin modulaaritehtaisiin. Tällaisia tehtaita on viraston tietojen mukaan Suomessa tällä hetkellä yksi ja toinen on rakenteilla. Ylivoimaisesti suurin osa kotimaisesta tuotantokapasiteetista on kuitenkin niin sanottuja perinteisiä monituotetehtaita (tehtaassa valmistetaan samaan aikaan useampaa kuin yhtä elementtiä) tai yksituotetehtaita (tehtaassa voidaan valmistaa vain yhtä elementtiä).
- 65 Viraston selvitysten mukaan myös niin sanotuilla monituotetehtailta tuotantoa voidaan suunnata jossain määrin uudelleen. Tekniset ja taloudelliset mahdollisuudet tuotannon uudelleen suuntaamiseen vaihtelivat voimakkaasti eri tuotantolaitosten välillä. Yleisesti ottaen voidaan kuitenkin todeta, että tuotannon uudelleen suuntaamista pidettiin mahdollisena niiden tuotteiden välillä, joita kyseisellä tehtaalla jo valmistetaan. Käytännössä eri tuotteiden tuotantomääriä voidaan säädellä kysynnän vaihtelujen mukaan. Mahdollisuus tuotannon uudelleen suuntaamiseen vaihtelee kuitenkin merkittävästi eri tuotantolaitosten välillä.
- 66 Vastaavasti voidaan yleisenä havaintona todeta, että monituotetehtailta ei voida ilman huomattavia investointeja aloittaa sellaisen elementtituotteen valmistusta, jota tehtaalla ei ole aiemmin valmistettu. Esimerkiksi jännitetyt elementit, kuten ontelolaatta, TT-laatta ja jännitetyt palkit ja pilarit vaativat jännityspedin. Tällaisten elementtien valmistusta ei ole mahdollista aloittaa ilman huomattavia investointeja tehtaalla, jossa ei ole jännityspetejä.
- 67 Uuden tuotannon aloittaminen niin sanotuilla yhden tuotteen tehtailla ei viraston selvitysten mukaan ole teknisesti mahdollista ilman mittavia investointeja. Mahdollisuus tuotannon uudelleen suuntaamiseen rajoittui ontelolaatan ja kuorilaatan välille. Myös Parman ilmoituksen mukaan ontelolaattatehtaalla uudelleensuuntaaminen on mahdollista [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]<sup>21</sup>
- 68 Arvioitaessa sitä, johtaako elementtien välinen tarjonnan korvaavuus siihen, että kaikki elementit kuuluisivat samalle markkinalle, kysymys on, johtaisiko pieni mutta pysyvä 5–10 prosentin hinnannousu tiettyssä elementissä siihen, että kilpailijat ryhtyisivät valmistamaan kyseistä elementtiä niin suuressa määrin, että hinnankorotus olisi keskittymälle kannattamaton. Jotta kaikki

<sup>21</sup> Virasto on ottanut kuorilaatan ja ontelolaatan välisen korvaavuuden arvioidessaan kilpailuvaikutuksia näillä markkinoilla. Asiaa on käsitelty jäljempänä jaksossa 7.2.5.1.



elementit kuuluisivat samalle markkinalle, vastauksen tulisi olla jokaisen elementin osalta ”kyllä”.

69 Viraston keskittymän kilpailijoilta saamat tiedot mahdollisuudesta tuotannon uudelleen suuntaamiseen eivät osoita tällaista tarjonnan korvaavuutta. Mahdollisuus tuotannon uudelleen suuntaamiseen rajoittuu tiettyihin tuotantolaitoksiin ja tiettyihin elementteihin. Tuotannon uudelleen suuntaamista pidettiin lähinnä teoreettisena mahdollisuutena. Käytännössä tuotannon uudelleen suuntaamiseen vaikuttavat teknisten edellytysten ja suorien kustannusten lisäksi olemassa oleva tilauskanta, tuotannon uudelleensuuntaamisesta aiheutuvat vaihtoehtoiskustannukset ja vapaan kapasiteetin määrä.

70 Viraston kuulemilla kilpailijoilla ei ollut juurikaan aiempia kokemuksia tuotannon uudelleen suuntaamisesta. [REDACTED]

[REDACTED]. KKV on arviossaan kiinnittänyt huomiota myös betonielementtien kysynnän huomattavaan kasvuun vuoden 2014 lopusta lähtien, elementtien hintojen nousuun<sup>22</sup> ja kapasiteetin käyttöasteiden vaihteluun eri elementtien välillä (ks. jäljempänä jakso 7.2.3.2). Etenkin nämä seikat huomioiden virasto katsoo, että mikäli elementtien välillä olisi sellaista tarjonnan korvaavuutta, joka tulisi ottaa huomioon markkinamäärityksessä, sekä keskittymä että kilpailijat olisivat suunnanneet joustavasti tuotantoaan uudelleen eri elementtien välillä.

#### 6.4.3.2 Betoniteollisuuden tilastot eivät viittaa tarjonnan korvattavuuteen

71 Viraston selvitysten mukaan suurin osa betonielementtivalmistajista tuottaa vain pientä osaa kaikista eri elementeistä. Keskittymän lisäksi vain Lujabetoni, Betset ja AnSION Sementtivalimo<sup>23</sup> ovat läsnä kaikissa tuotesegmenteissä.<sup>24</sup> Huomattava osa kilpailijoista tuottaa vain muutamaa tuotetta.

72 Mikäli väite laajamittaisesta tarjonnan korvaavuudesta pitäisi paikkaansa, eri toimijoiden tulisi kyetä joustavasti suuntaamaan tuotantoaan elementeistä toiseen. Tästä syystä virasto on selvittänyt Betoniteollisuus ry:n vuositilastoista, kuinka moni toimija, jolle ei ole aiemmin kertynyt myyntiä tietyistä ele-

<sup>22</sup> Tilastokeskus on tilastoinut rakennuskustannusindeksiä panosnimikkeittäin vuoden 2015 alusta lähtien. Vuonna 2016 rakennuskustannusindeksi kasvoi betonielementtien osalta 0,4 prosenttia edeltävään vuoteen verrattuna. Vuonna 2017 betonielementtien hintojen kasvu puolestaan oli huomattavasti suurempaa, ja indeksi kasvoi 4,4 prosenttia edeltävään vuoteen verrattuna. Edelleen vuoden 2018 kolmen ensimmäisen vuosineljänneksen aikana hinnat ovat jatkaneet nousuaan. Vuoteen 2017 verrattuna on kuluvan vuoden indeksi betonielementtien osalta keskimäärin 9 prosenttia korkeampi.

<sup>23</sup> AnSION Sementtivalimo ei valmista TT-laattaa.

<sup>24</sup> Lisäksi suhteellisen laaja tuotevalikoima on muun muassa SBS Betoni Oy:llä ja Pielisen Betoni Oy:llä. Pielisen Betoni ei kuitenkaan valmista sisäkuorielementtejä eikä perustuselementtejä. SBS Betonin valikoimista puuttuvat TT-laatat, ontelolaatat sekä teräsbetonipalkit ja -pilarit.

mentistä, on aloittanut uuden elementin myynnin. Vuosien 2016 tai 2017 aikana alalle tuloa on Betoniteollisuus ry:n tilastojen perusteella ollut seuraavasti:

- Väliseinäelementtien valmistuksen on aloittanut kolme uutta yritystä, joiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli 5 prosenttia.
- Kuorilaattojen valmistuksen on aloittanut yksi uusi yritys, jonka markkinaosuus oli 1 prosentti.
- Teräsbetonipalkkien ja -pilarien valmistuksen on aloittanut neljä uutta yritystä, joiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli 3 prosenttia.
- Perustuselementtien valmistuksen on aloittanut neljä uutta yritystä, joiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli 9 prosenttia.

73 Edellä kuvatut luvut yliarvioivat kuitenkin alalle tulon laajuutta kyseissä tuoteryhmissä, sillä osa myynnistä on todennäköisesti alihankintaostoja vakiintuneilta toimijoilta sen sijaan, että kyseessä olisi uuden tuotannon aloittaminen. Tähän viittaa myös se, että osa vuonna 2016 myynnin aloittaneista yrityksistä ei myynyt kyseistä tuotetta enää vuonna 2017. Ontelolaatoissa, TT-laatoissa ja jännitetyissä teräsbetonipalkeissa ja -pilareissa ei ole vuosien 2016 ja 2017 aikana aloittanut uusia toimijoita.

74 Tarkastelun tulokset ovat yhdenmukaiset edellä kuvatun kilpailijoille osoitetun niin sanotun substituutiomatriisin johtopäätösten kanssa. Mikäli eri elementtien välillä olisi merkittävää tarjonnan korvaavuutta, joka tulisi ottaa huomioon relevanttien markkinoiden määrittelyssä, tämä näkyisi edellä kuvatuissa tilastoissa siten, että toimijat eri segmenteissä vaihtelisivat ja toimijat laajentaisivat tuotantoaan segmentistä toiseen saavuttaen vähäistä merkittävämpää markkinaosuutta.

#### 6.4.4 Kokonaistoimitukset eivät peruste sisällyttää kaikkia elementtejä samalle tuotemarkkinalle

75 Virasto on selvityksissään tarkastellut sitä, onko betonielementtimarkkinaa tarkasteltava yhtenä kokonaismarkkinana segmenttikohtaisesti siten, että jokainen elementti muodostaa oman markkinansa vai eri elementeistä koostuva yhdistelmä.

76 Viraston toteuttamassa asiakaskyselyssä vastaajilta selvitettiin betonielementtituotteiden hankintatapoja.<sup>25</sup> Tulokset on raportoitu alla taulukossa 1.

---

<sup>25</sup> Vastaajilta kysyttiin (i) valitsevatko he tavallisesti yhden vai useamman toimittajan yksittäisessä projektissa; (ii) kuinka suuri osuus kunkin betonielementtituotteen hankinnoista kilpailutetaan erikseen; (iii) jättävätkö tarjoajat kilpailutuksiin kokonaistarjouksia, osatarjouksia vai kumpiakin; ja (iv) kuinka usein kunkin betonielementtituotteen toimittaja valitaan tuotekohtaisen osatarjouksen perusteella. Vastaajat vastasivat elementtikohtaisiin kysymyksiin

Taulukko 1: ”Valitsetteko yksittäisessä rakennusprojektissa betonielementtituotteille tavallisesti yhden toimittajan vai useampia toimittajia?”<sup>26</sup>

Toimittajien määrä projektissa	Yhteensä	Asuin	Toimitila	Molemmat
Useampia	42 %	70 %	18 %	40 %
Yksi tai useampia	35 %	20 %	45 %	40 %
Yksi	23 %	10 %	36 %	20 %

- 77 Asiakaskyselyn tulokset ovat yhdenmukaisia yrityskauppailmoituksessa annetun kuvauksen kanssa:

*”Rakennuttaja valitsee betonielementtitoimittajaksi joko yhden kokonaistoimittajan tai useamman eri toimittajan pyytämiensä kokonaisia/tai osatarjousten perusteella. Valinnan tekee lähtökohtaisesti kohteen projekti- tai työpäällikkö. Yhteen rakennuskohteeseen valitaan usein enemmän kuin yksi betonielementtitoimittaja. Osa rakennuttajista ei käytännössä koskaan hanki kaikkia elementtejä yhdeltä toimittajalta, vaan valitsee osatarjouksista mieleisensä kultakin toimittajalta.”<sup>27</sup> (korostus tässä).*

- 78 Viraston kuulemien asiakasyritysten ja rakennuskonsulttien mukaan asuntorakentamisessa on tyypillisintä käyttää useita betonielementtituotteiden toimittajia yhdessä rakennuskohteessa johtuen muun muassa eroista tuottajien tarjonnassa sekä hankintojen hajauttamisesta saatavilla kustannuseduilla. Viraston selvitykset ovat osoittaneet, että asuntorakentaminen on luonteeltaan prosessinomaista ja käytettävät rakennusmateriaalit määritellään yksityiskohtaisella tasolla jo hyvin varhaisessa vaiheessa suunnitteluprosessia, toisinaan jopa vuosiksi eteenpäin. Koska rakennusliikkeet tietävät suhteellisen tarkasti pitkäksi ajaksi eteenpäin projekteissa tarvittavat betonielementtituotteiden ja muiden rakennusmateriaalien ja -tapojen volyymit, niiden on mahdollista kilpailuttaa betonielementtituotteita yhdessä ja erikseen sekä solmia pitkiä kausisopimuksia ja lopulta valita näiden perusteella kokonaistaloudellisesti edullisin ratkaisu.
- 79 Toimitilarakentamisen vastaajien toimintatavoissa ilmeni enemmän vaihtelua. Osa vastaajista ilmoitti käyttävänsä projektista riippuen yhtä tai useampaa toimittajaa, noin kolmasosa vain yhtä toimittajaa.<sup>28</sup> Toimitilarakentamisen asiakkaiden mukaan projektinhallinnan kannalta ei ole yleensä mahdol-

vain niiden betonielementtituotteiden osalta, joita ilmoittivat ostaneensa viimeisen kolmen vuoden aikana, joten yksittäinen vastaaja ei välttämättä ole vastannut kaikkiin kohtiin.

<sup>26</sup> Kysymys oli esitetty asiakaskyselyssä avoimena, ts. asiakkaat vastasivat kysymykseen sanallisesti. Taulukko on viraston laatima yhteenveto saaduista sanallisista vastauksista.

<sup>27</sup> Ilmoitus yrityskaupasta Parma Oy / AS TMB, 10.8.2018, s. 25.

<sup>28</sup> Kyselyn avoimissa vastauksissa asuntotuotantoa edustaneiden vastaajien vastauksissa korostui se, ettei kaikkia elementtejä saa yhdeltä toimittajalta. Toimitilavastaajissa tätä nostettiin esiin harvoin.

lista ostaa betonielementtituotteita usealta valmistajalta. Yhden betonielementtitoimittajan käyttäminen kuitenkin pienentää potentiaalisten tarjoajien joukkoa vain muutamaaan suurimpaan toimijaan, sillä esimerkiksi ontelolaa-  
taelementtejä valmistaa vain muutama yritys. Toimitilarakentaminen on pro-  
jektiluontoista ja toisinaan lopulliset rakennusmateriaalit päätetään hyvin lä-  
hellä rakentamisen aloittamista.

80

[REDACTED]

81 Ilmoittajan näkemys kaikkien elementtien kuulumisesta samoille markkinoille perustuu viraston käsityksen mukaan siihen, että kaikilla suurilla toimijoilla olisi kyky tuottaa kaikkia elementtejä. Ilmoittajan mukaan myös toimijat, jotka tuottavat vain yksittäisiä elementtejä, luovat kilpailun painetta kokonaistoimi-  
tuksille sillä toimija pystyy tarjoamaan kokonaistoimitukseen alihankkimalla puuttuvat elementit.

82 Virasto on arviossaan kiinnittänyt huomiota siihen, että vaikka markkinoilla toimii yli 40 elementtejä tuottavaa yritystä, osapuolten markkinaosuudet ovat suurimmat elementeissä, joissa toimii alle 10 yritystä. Kuten edellä jaksossa 6.4.3 on kuvattu, suurin osa betonielementtivalmistajista tuottaa vain pientä osaa kaikista eri elementeistä. Keskittymän lisäksi vain Lujabetoni, Betsset ja Ansion Sementtivalimo ovat läsnä kaikissa tuotesegmenteissä. Huomattava osa kilpailijoista tuottaa vain muutamaa tuotetta.

83 Edelleen, kuten edellä jaksossa 6.4.3 on kuvattu, eri elementtien välillä ei ole kuin erittäin rajattua tarjonnan korvaavuutta. Viraston selvitykset eivät tue myöskään väitettä siitä, että alihankinnan mahdollisuus johtaisi tarjonnan korvaavuuden kautta siihen, että kaikki elementit kuuluisivat samalle markki-  
nalle. Alihankintaa on käsitelty tarkemmin jäljempänä jaksossa 7.2.6.2.2.

#### 6.4.5 Muiden rakennusmateriaalien ja -tapojen tuottama kilpailupaine

##### 6.4.5.1 Johdanto

84 Yrityskaupan ilmoittajan mukaan eri rakennusmateriaalit ja -tavat (puu, teräs ja paikallavalu) eivät kuulu samalle relevantille markkinalle betonielementtien

kanssa, mutta tuovat keskittymälle markkinan ulkopuolista kilpailupainetta, joka tulee ottaa huomioon arvioitaessa keskittymän markkinavoimaa.

- 85 Virasto on selvittänyt materiaalien ja rakennustavan välistä korvaavuutta asiakaskyselyn avulla sekä kuulemalla suurimpien rakennuskonsultointiliikkeiden edustajia. Selvityksistä teki haastavan se, että betonielementtejä käytetään hyvin laajassa joukossa erilaisia rakennushankkeita, joiden tekniset ja taloudelliset ominaispiirteet, suunnitteluprosessi ja kilpailutustapa vaihtelevat merkittävästi.<sup>30</sup>
- 86 Viraston selvitysten mukaan materiaalien välisiä erillisiä kilpailutuksia ei esiinny asuntotuotannossa, sillä rakennusliike on valinnut toteutustavan ja materiaalin jo etukäteen. Toimitilapuolella on sen sijaan tavanomaisempaa, että alkuvaiheessa tehdään kaksi suunnitelmaversiota rakennusrungosta ja samalla myös kaksi kustannuslaskelmaa. Toisinaan kertarakennuttajat kilpailuttavat rakennuskohteen suunnitelman eri rakennusmateriaaleilla silloinkin, kun alkuvaiheessa on tehty suunnitelma vain yhdelle rakennusmateriaalille tai -tavalle.<sup>31</sup>
- 87 Toimitilarakentaminen kattaa kuitenkin suuren joukon hyvin erilaisia rakennuskohteita ja betonielementtien ja muiden rakennusmateriaalien ja -tapojen välinen korvaavuus vaihtelee merkittävästi eri rakennustyypeissä. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että korvaavuutta esiintyy lähinnä betoni- ja teräsrakenteiden sekä betonielementtien ja paikallavalun välillä. Näiden materiaalien ja tapojen tuottamaa kilpailupainetta betonielementeille erilaisissa rakennustyypeissä tarkastellaan seuraavaksi yksityiskohtaisemmin jaksoissa 6.4.5.2 ja 6.4.5.3.

<sup>30</sup> Virasto oli saamiensa ennakkotietojen perusteella siinä käsityksessä, että valinta eri rakennusmateriaalien ja -tapojen välillä kohdistuu kokonaisratkaisuun eikä yksittäisiin betonielementtituotteisiin. Tästä johtuen asiakaskyselyyn sisällytetty materiaalien välistä korvaavuutta koskeva kysymys oli muotoiltu tavalla, joka ei mahdollistanut sen arviointia, vaihtaisiko asiakas kaikki vai tietyt elementit toiseen materiaaliin tai rakennustapaan vähentäen merkittävästi kysymykseen saatujen vastausten käyttökelpoisuutta. Kysely ei myöskään tavoittanut tahoja, jotka päättävät toteutustavan valinnasta eikä kyselyn vastausten perusteella pystynyt tekemään kuin erittäin rajoitetusti johtopäätöksiä kilpailutusprosessista eri rakennustyypeissä. Kyselyn vastaukset viittasivat kuitenkin siihen, että asuinrakentamisessa eri materiaalivaihtoehtoja ei juurikaan kilpailuteta vastakkain. Kyselyn puutteiden täydentämiseksi virasto kuuli suurimpien rakennuskonsultointiliikkeiden edustajia.

<sup>31</sup> Ilmoittajan mukaan kilpailu markkinalla tapahtuu kaksivaiheisesti niin, että ensimmäisessä vaiheessa kilpailutaan keskenään eri rakennusmateriaaleja ja -tapoja. Vasta toisessa vaiheessa, mikäli materiaaliksi on joltain osin valikoitunut betonielementtituotteet, kilpailua käydään betonielementtivalmistajien kesken. Arvioidessaan ilmoittajan väitettä virasto on kiinnittänyt huomiota ensinnäkin siihen, että Parman toimittaman aineiston perusteella ensimmäiseen vaiheeseen kilpailutuksia oli vuonna 2017 yhteensä [REDACTED] kappaletta, joista Parma oli voittanut [REDACTED] kilpailutusta. Voitettujen projektien osuus oli [REDACTED] prosenttia Parman vuoden 2017 liikevaihdosta, mikä viittaa siihen, että huomattava osa ilmoittajan myynnistä ei altistu rakennusmateriaalien väliseen kilpailutukseen. Toiseksi, virasto on kiinnittänyt huomiota siihen, että Parman toimittamien esimerkkitarjousten perusteella [REDACTED]

[REDACTED] Ilmoittaja pystyi ylipäättään toimittamaan tarjousaineistoa ainoastaan hyvin rajallisesta määrästä kilpailutuksia.

#### 6.4.5.2 Paikallavalun tuottama kilpailupaine

- 88 Virasto on selvittänyt paikallavalun tuottamaa kilpailupainetta betonielementtimarkkinalla kuulemalla rakennusliikkeitä ja rakennuskonsulttiyritysten rakennetekniikkaan erikoistuneita henkilöitä. Selvitykset ovat osoittaneet, että paikallavalulla korvataan pääasiassa välipohjarakenteita, erityisesti kuorilaatta- ja ontelolaattaelementtejä.
- 89 Selvitysten mukaan paikallavalu tuottaa merkittävintä kilpailun painetta kuorilaatalle. Kuorilaatta on ohut, esijännitetty umpilaattaelementti, joka toimii muottina paikalla valettavalle betonille. Lopullisessa tilanteessa kuorilaatta toimii pääraudoituksen sisältävänä liittorakenteena yhdessä paikallavalun kanssa. Kuorilaatta vaatii siten aina paikallavalun, mutta paikallavalu on mahdollista toteuttaa myös ilman kuorilaattaa käyttämällä muottia. Viraston selvitysten mukaan kuorilaattaa voidaan siten verrattain helposti korvata paikallavalulla. Tähän viittaa myös kuorilaattamarkkinan verrattain pieni koko suhteessa paikallavalun markkinaan. Virasto on ottanut kuorilaatan ja paikallavalun välisen korvaavuuden jäljempänä huomioon arvioidessaan yrityskauden kilpailuvaikutuksia.
- 90 Seuraavassa on käsitelty paikallavalun tuottamaa kilpailun painetta ontelolaatalle.

#### *Paikallavalu korvaa ontelolaattaelementtejä lähinnä asuntotuotannossa*

- 91 Viraston selvitysten mukaan ontelolaattaelementti on suunnitteluvaiheessa teknisesti aina mahdollista korvata paikallavalulla. Paikallavalua ei kuitenkaan voida aina korvata ontelolaatoilla, tai muillakaan elementeillä. Paikallavalua käytetään perinteisesti raskaissa erikoisrakenteissa, kuten väestönsuojissa ja suurissa maanpainesoinissa, perustusrakenteissa<sup>32</sup>, kuiluissa ja vesitiiviissä rakenteissa<sup>33</sup>. Myöskään välipohjarakenteissa paikallavalua ei lähtökohtaisesti korvata ontelolaatalla monimuotoisissa<sup>34</sup> ja korkeissa<sup>35</sup> rakennuksissa. Paikallavalua käytetään viraston kuulemien asiantuntijoiden mukaan asuntotuotannossa erityisesti silloin, kun tavoitellaan korkeaa laatua.
- 92 Välipohjarakenteissa ontelolaattaelementtien merkittävin kilpailuetu on asennusnopeus ja kustannustehokkuus. Paikallavalua pidetään usein laadukkaana ja kestäväenä rakennustapana. Paikallavalaminen tuottaa suoraan

<sup>32</sup> Poikkeuksena pientalot, joissa voidaan käyttää perustuselementtejä.

<sup>33</sup> Vesitiiviitä rakenteita ovat esimerkiksi pääkaupunkiseudulla tyypillisesti maanalaiset rakenteet pohjavedenpinnan ja tulvakorkeuden alapuolella.

<sup>34</sup> Ontelolaatta ei muotonsa puolesta sovellu kohteisiin, joissa on erilaisia muotoja. Mikäli rakennuskohde koostuu suurista selkeistä pinnoista, ontelolaattaelementti on helppo, nopea ja edullinen valinta. Vastaavasti ontelolaatan kilpailuetu katoaa, mikäli kohde sisältää paljon pieniä alueita ja erilaisia muotoja ja tällöin paikallavalu on kustannustehokkaampi vaihtoehto.

<sup>35</sup> Korkeissa rakennuksissa (yli 8 kerrosta) käytetään tyypillisesti paikallavalua, sillä ontelolaattojen nostaminen ja stabiilius aiheuttavat haasteita.

valmista pintaa, minkä lisäksi se eristää ääntä ontelolaattaelementtejä paremmin. Lisäksi paikallavalurakentaminen saattaa vähentää rakennuskohteen elinkaarikustannuksia.

- 93 Paikallavaluvälipohjaa käytetään lähinnä asuntorakentamisessa. Viraston saamien tietojen mukaan suurimpien rakennusliikkeiden asuntotuotannossa paikallavalun osuus välipohjarakenteessa vaihtelee 25–70 prosentin välillä yrityksestä riippuen. Ontelolaattaelementtien ja paikallavalun välillä esiintyy myös merkittäviä alueellisia eroja yksittäisen yrityksen sisällä. Erot selittyvät pitkälti suunnittelijoiden ja projektipäälliköiden preferensseillä ja osaamisella. Lisäksi osalla rakennusliikkeistä on omaa paikallavaluhenkilöstöä, mikä osaltaan madaltaa paikallavalun kustannuksia ja lisää sen kilpailukykyä.
- 94 Asuntorakentamisessa ontelolaattaelementtien ja paikallavalun välistä vaihtamista rajoittaa kuitenkin edellä jaksossa 6.4.4 kuvatulla tavalla se, että käytettävät rakennusmateriaalit määritellään yksityiskohtaisella tasolla jo hyvin varhaisessa vaiheessa suunnitteluprosessia, toisinaan jopa vuosiksi eteenpäin.
- 95 Toimitilarakentamisessa pääasiallinen välipohjarakenne on ontelolaatta ja viraston kuulemien asiantuntijoiden mukaan paikallavalua käytetään vain poikkeuksellisesti, kun rakennukselta edellytetään erityistä laatua tai kun ontelolaattaelementtejä ei ole saatavilla.

*Ontelolaatan korvaaminen paikallavalulla ei perustu suhteelliseen hinnankorotukseen*

- 96 Viraston selvitysten mukaan ontelolaattaelementtitehtaiden kapasiteetin käyttöasteet ovat olleet vuosina 2017–2018 korkeita ja ontelolaattaelementtien saatavuudessa on ollut asiakkaiden ja rakennesuunnittelijoiden mukaan ongelmia. Tämä korostuu erityisesti toimitilarakentamisessa, missä rakentaminen on luonteeltaan projektinomaista ja lopulliset materiaalivalinnat saatetaan tehdä ajallisesti lähellä rakentamisen aloitushetkeä.
- 97 Kuten edellä on kuvattu, tietyntyyppisissä rakennuskohteissa ontelolaattaelementit ja paikallavalu ovat asiakkaan näkökulmasta vaihtoehtoja toisilleen. Kuulemisissa on kuitenkin käynyt ilmi, että asiakkaat valitsevat välipohjarakenteen ensisijaisesti rakennettavan kohteen ominaisuuksien, tuotantotapojen saatavuuden sekä suunnittelijoiden preferenssien ja kompetenssin perusteella. Kuulemisten mukaan 5–10 prosentin SSNIP-hinnankorotuksella ei ole merkitystä välipohjarakenteen valinnassa, sillä valinta rakennustapojen välillä tapahtuu pääasiassa muiden ominaisuuksien perusteella.
- 98 Edellä kuvattujen selvitysten pohjalta virasto on pystynyt identifioimaan markkinalla kaksi ääripäätä. Toisessa ääripäässä ovat sellaiset välipohjarakenteet, joissa ontelolaattaelementtejä ei lähtökohtaisesti voida käyttää lainkaan. Tällaisia ovat viraston saamien tietojen mukaan erityisesti monimuotoiset ja korkeat rakennukset.

99 Toisessa ääripäässä ovat puolestaan rakennuskohteet, joissa paikallavalu ei näyttäydy lainkaan vaihtoehtona ontelolaattaelementteille. Ontelolaattaelementtien ominaisuuksista, kuten kustannustehokkuudesta ja asennusnopeudesta johtuen matalan tuotto-odotuksen asuinkerrostalorakentamisessa ja toimitilarakentamisessa käytetään tyypillisesti ontelolaattaelementtejä. Viraston selvityksen mukaan tällaisissa rakennuskohteissa ontelolaattaelementtejä ei korvata välipohjarakenteessa paikallavalulla, vaikka korvaaminen olisi teknisesti mahdollista. Näiden kahden ääripään väliin jää selvitysten mukaan joukko erilaisia rakennuskohteita, joissa korvaaminen ontelolaattaelementtien ja paikallavalun välillä on mahdollista, mutta valintaa ohjaavat selvitysten mukaan ensisijaisesti kohteen ominaisuudet sekä rakennuttajan tarpeet ja mieltymykset.

100 KKV:n selvitysten perusteella ontelolaattaelementtien ja paikallavalun välinen kilpailupaine vaihtelee siten voimakkaasti erilaisten rakennuskohteiden välillä. Vaikka paikallavalulla pystytään rakennusteknisessä mielessä korvaamaan ontelolaatat, molemmilla rakennustavoilla on omat vahvuutensa ja heikkoutensa, jotka heijastuvat asiakkaiden halukkuuteen vaihtaa rakennustapojen välillä niiden suhteellisten hintojen muuttuessa. Sitä, että rakennustavat ovat teknisessä mielessä toisiaan korvaavia, ei voida pitää itsessään osoituksena niiden kuulumisesta samoille relevanteille tuotemerkkinoille.

*Mahdollisuus hintadiskriminaatioon otettava huomioon markkinavoiman arvioinnissa*

101 Kysymystä siitä, kuuluuko paikallavalu ontelolaattojen kanssa samoille relevanteille tuotemerkkinoille ei voida tarkastella ottamatta huomioon elementtivalmistajien kykyä hintadiskriminoida asiakkaiden välillä. Mahdollisuus hintadiskriminaatioon voi tarkoittaa, että relevantit markkinat tulisi määrittellä niiden asiakasryhmien mukaan, joihin hintadiskriminaatio todennäköisesti kohdistuisi. Mikäli hypoteettisen monopolistin olisi kannattavaa nostaa hintojaan 5–10 prosentilla rakennuskohteissa, joissa asiakas suurella todennäköisyydellä valitsisi hinnankorotuksen jälkeenkin ontelolaatan paikallavalun sijasta, kyseiset rakennuskohteet muodostaisivat oman relevantin tuotemerkkinsä, joihin ei sisältyisi paikallavalua.

102 Hintadiskriminaatio edellyttää, että tarjoaja pystyy tunnistamaan riittävän suurella todennäköisyydellä ne asiakkaat tai asiakasryhmät, jotka eivät vaihtaisi vaihtoehtoihin materiaaleihin (ml. paikallavalu). Hintadiskriminaatio on mahdollista, mikäli tarjouspyynnöstä tai tarjousneuvotteluista käy ilmi, pyydetäänkö tarjouksia myös vaihtoehtoisten materiaalien toimittajilta, tai mikäli tarjouspyynnön sisältämien suunnitelmien perusteella voidaan päätellä, onko rakennus ylipäätään toteutettavissa muilla materiaaleilla.

103 Kohteen ominaisuuksista (rakennustyyppi, kerrosten lukumäärä, rakennuksen koko jne.) voidaan päätellä todennäköisyys sille, että rakennuttaja kilpailuttaa myös muita rakennusmateriaaleja ja -tapoja. Tarjoaja voi myös pää-



tellä, kuinka todennäköisesti se menestyy kohteen kilpailutuksessa. Hintadiskriminaatiota edesauttavat myös tiedot sellaisista tekijöistä, kuten kilpailijoiden kapasiteetista, osaamisesta ja sijainnista, joiden perusteella voidaan ennustaa kilpailijoiden todennäköisyyttä osallistua tai menestyä tarjouskilpailussa.<sup>36</sup> Lisäksi betonielementtien valmistajat voivat hyödyntää tarjouslaskennassaan tilaajan aiempaa asiakashistoriaa, jonka avulla voidaan arvioida todennäköisyyttä, jolla tämä harkitsee vaihtoehtoisia materiaaleja.<sup>37</sup>

#### *Johtopäätös paikallavalun tuottamasta kilpailun paineesta*

- 104 Ontelolaatan ja paikallavalun keskinäistä korvaavuutta voidaan ajatella jatkumona, jonka toisessa päässä sijaitsevat kohteet, joissa asiakas ei vaihtaisi SSNIP-testin tarkoittaman ontelolaattojen hinnankorotuksen seurauksena ontelolaattoja paikallavaluun (segmentti A) ja toisessa päässä hankkeet, joissa paikallavalua ei korvattaisi ontelolaatoilla (segmentti C). Näiden rakennustyyppien väliin jää joukko kohteita, joissa vaihtaminen olisi kannattavaa SSNIP-testin tarkoittaman 5–10 prosentin hinnankorotuksen seurauksena (segmentti B). Näiden rakennuskohteiden osalta relevantin tuotemarkkinan voidaan katsoa sisältävän sekä ontelolaatan että paikallavalun. Vastaavasti niiden asiakkaiden osalta, jotka eivät vaihtaisi rakennustapojen välillä SSNIP-hinnankorotuksen seurauksena, rakennustavat eivät kuulu samoille relevanteille tuotemarkkinoille.
- 105 KKV:n käytössä olevien tietojen perusteella ei ole mahdollista arvioida, kuinka suuria edellä kuvatut segmentit A, B ja C ovat, tai sitä, miten elementtivalmistajien ja paikallavalun myynti on jakautunut kyseisille segmenteille. Aineistorajotteista johtuen virasto on rakenteellisen tarkastelun yhteydessä tehnyt myös vaihtoehtoisen markkinaosuuslaskelman, jossa se on sisällyttänyt kaiken ontelolaattatuotannon ja paikallavalun samoille relevanteille tuotemarkkinoille. Edellä todetun perusteella segmenttejä tulisi periaatteessa tarkastella omina erillisinä markkinoinaan, joista ainoastaan segmentin B kohteissa ontelolaatta ja paikallavalu kuuluisivat samoille relevanteille tuotemarkkinoille.

#### 6.4.5.3 Teräksen tuottama kilpailupaine

- 106 Viraston selvitykset ovat antaneet viitteitä siitä, että terästä voidaan pitää jossain määrin korvaavana materiaalina jännitetyille ja teräsbetonisille palkeille ja pilareille toimitilarakentamisessa. Toimitilarakentaminen sisältää kuitenkin hyvin heterogeenisen joukon erityyppisiä rakennuksia kuten varastoja, urhei-

<sup>36</sup>

[REDACTED]

[REDACTED] tukee tässä esitettyä näkemystä.

<sup>37</sup> Esteves, R. B., & Vasconcelos, H. (2015). Price discrimination under customer recognition and mergers. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(3), 523–549.

luhalleja, sairaaloita, kouluja, toimistorakennuksia ja kauppakeskuksia. Runkorakenteissa valinta teräksen ja betonielementtien välillä riippuu käyttökohteen tarpeista ja ominaisuuksista.

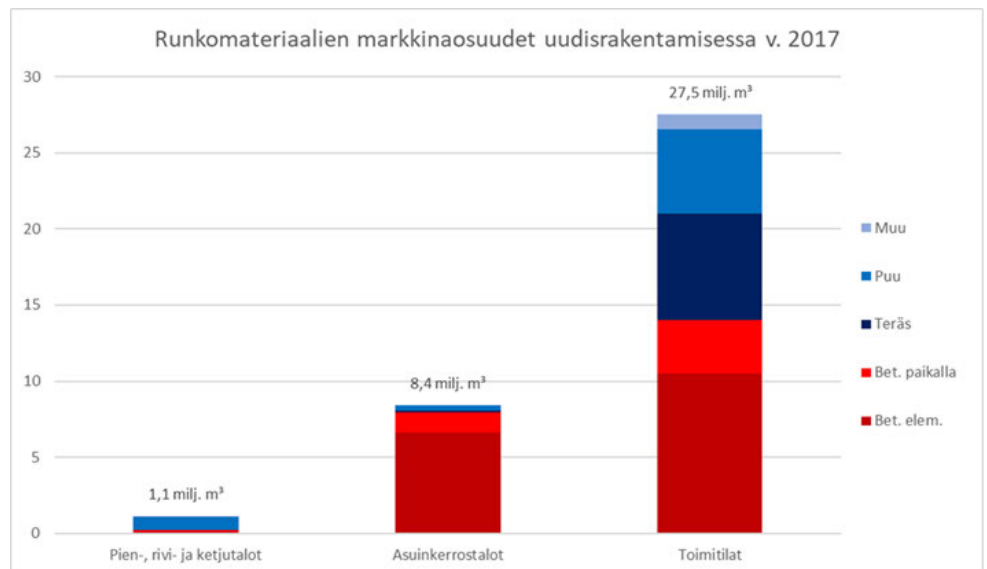
- 107 Viraston selvitysten mukaan teräksen merkittävimmät kilpailuedut ovat pienet dimensiot, pitkät jännevälit ja joustavuus. Jännitetyt ja teräsbetoniset palkit ja pilarit puolestaan ovat kustannustehokkaampia lyhyillä jänneväleillä sekä julkisissa tiloissa silloin, kun edellytetään palosuojausta.
- 108 Johtuen merkittävistä eroista rakennusmateriaalien ominaisuuksissa, virasto on havainnut markkinan jakautuvan kysynnän näkökulmasta kahteen osaan. Toinen puoli markkinasta koostuu rakennuskohteista, joissa terästä ei lähtökohtaisesti käytetä lainkaan runkorakenteena. Toinen puoli puolestaan koostuu sellaisista rakennuskohteista, joissa voidaan käyttää runkorakenteena sekä betonielementtejä että terästä. Myös jälkimmäisen ryhmän sisällä asiakkaiden kyky ja halukkuus vaihtaa betonielementtien ja teräksen välillä vaihtelee voimakkaasti eri rakennuskohteiden välillä.
- 109 Viraston selvitykset ovat osoittaneet, että erityisesti varasto- ja logistiikkarakennuksissa sekä urheiluhalleissa käytetään runkorakenteena sekä teräksisiä että betonielementtipalkkeja ja -pilareita. Kuulemisten mukaan 5–10 prosentin SSNIP-hinnankorotus jännitetyissä tai teräsbetonisissa palkeissa ja pilareissa saattaisi johtaa siihen, että osa näistä asiakkaista siirtyisi käyttämään runkorakenteena terästä.
- 110 Selvitysten mukaan teräsrunkoa ei sen sijaan tyypillisesti käytetä esimerkiksi toimistorakennuksissa, hoivakodeissa tai kouluissa ja päiväkodeissa. Asuntotuotannossa terästä ei käytetä lainkaan rakennusmateriaalina. Selvitykset indikoivat, että näissä rakennustyypeissä betonielementtirunkoa ei vaihdeta teräkseen, vaikka betonielementtirunkojen hinta nousisi SSNIP-testin mukaisen 5-10 prosenttia.
- 111 KKV:n selvitysten perusteella jännitettyjen ja teräsbetonipalkkien ja -pilarien sekä teräsrunkoelementtien välinen kilpailupaine vaihtelee merkittävästi käyttökohteesta riippuen. Asuntotuotannossa terästä ei käytetä rakennusmateriaalina lainkaan ja vaikka toimitilarakentamisessa terästä käytetään yleisemmin, toimitilarakentamisen sisällä vaihtamisen todennäköisyys vaihtelee voimakkaasti eri rakennustyyppien välillä. Valinta betonielementti- ja teräsrungon välillä riippuu siten ensisijaisesti käyttökohteesta ja sen tarpeista. Lisäksi, mitä edellä kappaleissa 100–103 on todettu hintadiskriminaatiosta paikallavalun ja ontelolaatan osalta, koskee soveltuvin osin myös jännitettyjen ja teräsbetonisten palkkien ja pilareiden sekä teräsrunkorakenteiden välistä kilpailutilannetta
- 112 Saatavilla olevien tietojen puutteellisuuden vuoksi virasto ei ole voinut tehdä rakenteellisen tarkastelun yhteydessä vaihtoehtoista tarkastelua edes karkealla tasolla siten, että teräsrunkorakenteet olisi laskettu samalle markkinalle betonielementtirunkojen kanssa.

6.4.5.4 Rakennusteollisuuden tilastot tukevat kuulemisissa saatuja tietoja

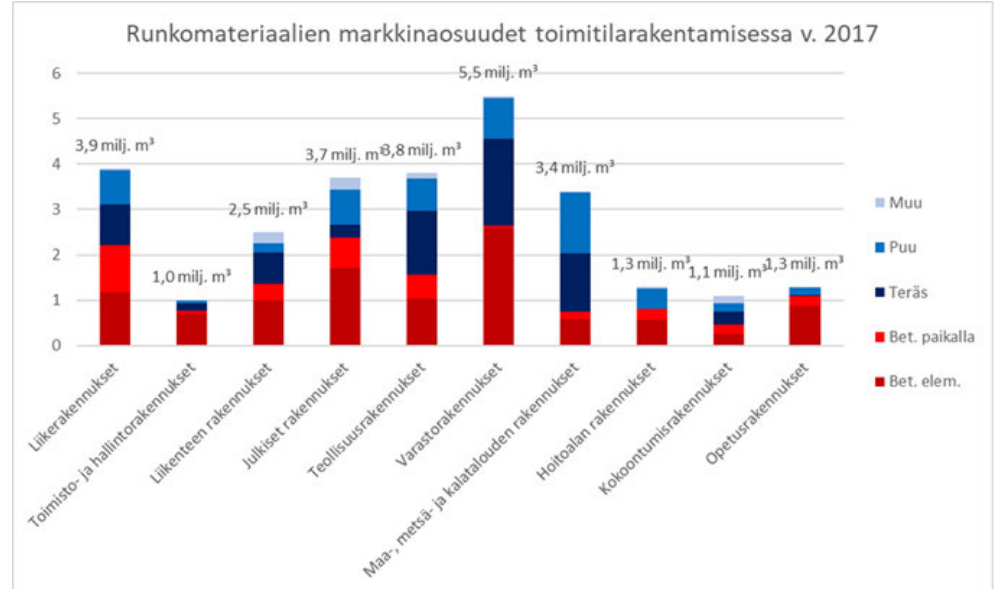
113 KKV:n selvitysten tulokset ovat yhdenmukaiset eri materiaalien suuntaa-antavien markkinaosuustarkastelujen kanssa. Forecon Oy:n Teräsrakenneyhdistys ry:lle tuottaman tutkimuksen mukaan teräsrunkoisten asuintalojen markkinaosuus kaikista asuinrakennuksista on vuosina 2011–2017 ollut jatkuvasti alle 0,3 prosenttia.

114 Forecon Oy on tuottanut Betoniteollisuus ry:lle selvityksen eri runkorakenteiden markkinaosuuksista uudisrakentamisessa vuosina 2000–2017. Selvityksen mukaan vuonna 2017 betonirunkoisten rakennusten osuus kaikesta uudistalonrakentamisesta oli 37 prosenttia, teräsrunkoisten 17 prosenttia, puurunkoisten 29 prosenttia ja paikallavalettujen runkojen osuus 12 prosenttia. Alla olevassa kaavioissa 1–2 on esitetty eri runkomateriaalien markkinaosuudet eri tyyppisissä uudisrakennuksissa vuonna 2017.

*Kaavio 1: Runkomateriaalien markkinaosuudet uudisrakentamisessa vuonna 2017*



*Kaavio 2: Runkomateriaalien markkinaosuudet toimitilarakentamisessa vuonna 2017*



115 Eri runkomateriaalien välinen karkea markkinaosuustarkastelu on yhdenmukainen sen kanssa, että teräs ja puu eivät ole vaihtoehtoja asuinkerrostalorakentamisessa. Toimitilarakentamisessa teräksen osuus on huomattavin teollisuusrakennuksissa ja varastorakennuksissa, joissa rakenteelta vaaditaan pitkä jänneväliä.

116 Edellä jaksossa 6.4.1 on käsitelty keskittymän mahdollisuutta hintadiskriminoida eli periä eri hintaa eri asiakkailta. Hintadiskriminaatiosta seuraa, että vaikka vaihtoehtoiset materiaalit tuottavat kilpailun painetta keskittymälle tietynlaisissa rakennuksissa, huomattavalle osalle asiakasryhmistä teräs tai paikallavalu eivät ole tosiasiallisia vaihtoehtoja.

117 Viraston näkemyksen mukaan relevanttien tuotemerkkinoiden täsmällinen määrittely sen suhteen, kuuluvatko muut rakennusmateriaalit ja -tavat samalle markkinalle ei tässä tapauksessa ole yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnin kannalta tarpeen. Virasto on jäljempänä kilpailuvaikutusten arvioinnissa tarkastellut markkinoita molemmista näkökulmista.

#### 6.4.6 Koko elementtimarkkinaa suppeammat tuoteniput voivat muodostaa omat relevantit tuotemarkkinansa

118 KKV on tarkastellut erikseen mahdollisuutta, jonka mukaan eri tuoteryhmistä muodostuvat tuoteniput saattavat muodostaa omia relevantteja tuotemerkkinoitaan. Edellä todetusti KKV:n arvion mukaan koko betonielementtituotteiden markkinaa ei voida nähdä yhtenä relevanttina tuotemerkkinana. Ilmoittajan näkemyksen mukaista, kaikista elementtituotteista koostuvaa markki-

naa vastaan puhuvat erityisesti asiakkaiden taipumus ja kyky hajauttaa hankintansa useiden toimittajien kesken, sekä se, että ainoastaan muutama osapuolten kilpailija pystyy tuottamaan täyttä valikoimaa elementtituotteita.

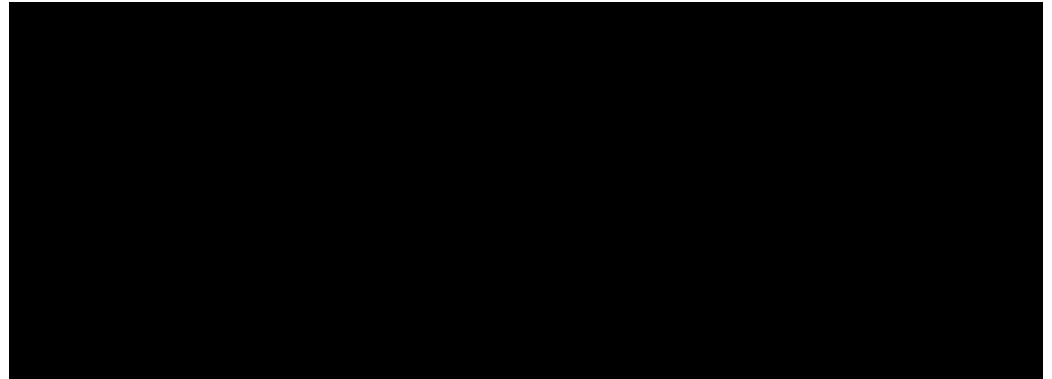
- 119 Virasto on tarkastellut tuotenippujen merkitystä SSNIP-testin näkökulmasta. Lisäksi virasto on tutkinut tuotenippujen esiintymistä osapuolten transaktioaineistoissa sekä hyödyntänyt tarkastelussaan asiakaskyselyllään saamia tietoja.
- 120 SSNIP-testiä voidaan lähtökohtaisesti soveltaa myös markkinoilla, joilla asiakkaat ostavat erillisistä tuotteista muodostuvia tuotenippuja. Tietyistä tuotteista koostuva nippu voi olla oma markkinansa, mikäli sen hinta on selvästi alhaisempi kuin hinta, jonka asiakkaat maksaisivat ostaessaan nipun osat erikseen. Vaihtoehtoisesti nippu saattaa muodostaa oman markkinansa myös, vaikkei nipun hinnan ja erillishintojen välillä olisikaan suurta eroa, mutta asiakkaat hyötyvät muulla tapaa hankintojen keskittämisestä. Tällaisia asiakkaan saamia hyötyjä keskittämisestä voivat olla esimerkiksi säästöt transaktio- ja etsintäkustannuksissa.
- 121 Tuotenippujen suhdetta markkinamäärittelyyn on tarkasteltu erityisesti sähköisen viestinnän markkinoiden sääntelyä koskevassa kirjallisuudessa. Kirjallisuuden perusteella tuotenippuun ja sen osiin voi liittyä useita vaihtoehtoisia SSNIP-testin mukaisia relevantteja markkinoita riippuen nipun osien keskinäisestä substituutioasteesta sekä siitä, mistä hypoteettisesta markkinasta SSNIP-testi aloitetaan.<sup>38</sup>
- i. Mikäli hypoteettinen tuotenippua myyvä monopolisti pystyy nostamaan nipun hinnan kilpailullisen tason yläpuolelle ilman, että asiakkaat ostavat osat erikseen, nippu muodostaa oman markkinansa. Mikäli asiakkaat ostavat myös pelkkiä nipun komponentteja, kyseiset osat voivat muodostaa omat erilliset markkinansa.
  - ii. Tuotenippu yhdessä tietyn osansa kanssa voi muodostaa oman relevantin markkinansa, mikäli osat eivät ole keskenään substituitteja. Kyseisessä tilanteessa tuotenippua myyvä monopolisti ei pysty nostamaan nipun hintaa kilpailullisen tason yläpuolelle ilman, että asiakkaat ostavat osat erikseen. Vastaavasti yksittäistä osaa myyvä monopolisti ei voi nostaa hintojaan kannattavasti ilman, että asiakkaat vaihtavat nippuun.<sup>39</sup> Sen sijaan yksittäiset osat eivät tuota toisilleen kilpailupainetta, koska ne eivät ole asiakkaiden näkökulmasta toisiaan korvaavia.

<sup>38</sup> BEREC report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10) 64, 13.12.2010. ja OPTA, The Bundle The Market? Regulatory policy note no. 5. August 2007.

<sup>39</sup> Tuotteista A ja B koostuva tuotenippu AB voi muodostaa oman markkinansa yhdessä sekä osan A että erikseen yhdessä osan B kanssa. Toisin sanoen relevantit markkinat (AB ja A) sekä (AB ja B) voivat olla olemassa yhtä aikaa.

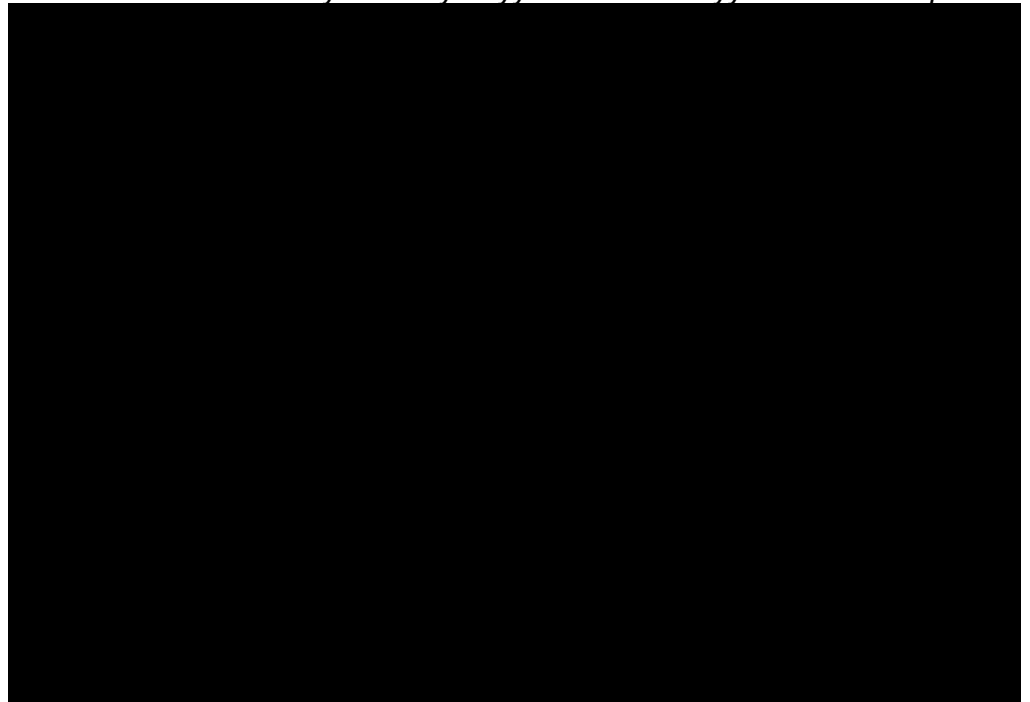
- iii. Mikäli hypoteettinen tuotenippua myyvä monopolisti ei pysty hinnoittelemaan tuotenippua yli kilpailullisen tason ilman, että kaikki nipun osat yhdessä rajoittavat hinnannoston kannattavuutta, nippu yhdessä kaikkien osiensä kanssa saattaa muodostaa relevantin markkinan.
  - iv. Mikäli osa asiakkaista hyöttyy tuotteiden hankkimisesta yhdessä, mutta osa ei, tuotenippu ja sen osat voivat kaikki muodostaa yhtä aikaa omat relevantit markkinansa. Toisin sanoen hypoteettinen monopolisti voisi nostaa nimenomaisesti pelkkää tuotenippua ostavien asiakkaiden hintoja kannattavasti ilman, että kyseiset asiakkaat ryhtyisivät ostamaan nipun osia erikseen.
- 122 Eräät elementtimarkkinoiden erityispiirteet ovat merkityksellisiä tarkasteltaessa tuotenippujen suhdetta markkinamäärittelyyn. Elementit tilataan ennalta määrättyä käyttötarkoitusta varten ja eri elementtituotteiden välinen korvaavuus on edellä kuvatusti vähäistä. Tietyn asiakastilauksen sisältämät elementit ovat asiakkaan näkökulmasta tyypillisesti toisilleen komplementteja mutta eivät substituutteja. Tuotteiden välisen alhaisen substituutioasteen vuoksi myöskään niput eivät ole tyypillisesti toisiaan korvaavia.
- 123 Sekä elementtien tuottamiseen että kuluttamiseen yhdessä liittyy tiettyjä tehokkuuksia, jotka vaihtelevat tuotteista, tuottajista ja asiakkaista riippuen. Kyseiset hyödyt ovat kuitenkin rajallisia, sillä asiakkaat tyypillisesti hajauttavat hankintansa tiettyssä rakennusprojektissakin useammalle eri elementtitoimittajalle. Ilmoittajan mukaan kallis kokonaistoimitus tai ylihinnoitellut osat kokonaistoimituksen sisällä johtavat siihen, että asiakas todennäköisesti pilkkoo kokonaisuuden osatoimituksiin.
- 124 Vaikka tarkastelu rajattaisiin elementtiryhmien eikä yksittäisten elementtituotteiden tasolle, erilaisia tuotenippuja on suuri määrä. Parman transaktioaineiston perusteella asiakkaat tilasivat vuonna 2017 yhteensä [REDACTED] erilaista tuotenippua. Tuotenippujen lisäksi kaikkia tuoterhmiä tilataan myös erikseen ilman, että samaan tilaukseen sisältyisi tuotteita muista tuoterhmiä. Lisäksi esimerkiksi kaksi sellaista tuotenippua, jotka sisältävät tuotteita täsmälleen samoista tuoterhmiä, voivat erota toisistaan merkittävästi sen osalta, kuinka suuri kunkin tuoterhmiä osuus nipun arvosta on.
- 125 Taulukossa 2 on kuvattu Parman transaktioaineiston avulla tilausten laajuuden jakaumaa. Taulukon perusteella [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED]

*Taulukko 2: Tuotenippujen sisältämien tuoteryhmien jakauma Parman transaktioaineistossa*



126 Kaaviossa 3 on esitetty, kuinka suuressa osassa Parman myymiä tuotenippuja tietty tuoteryhmä esiintyi, ja mikä tuoteryhmän keskimääräinen osuus oli kyseisten nippujen arvosta. Nipuksi tarkastelussa on katsottu kaikki tuoteniput, jotka sisälsivät vähintään [REDACTED] tuoteryhmän tuotteita. Kaavion perusteella esimerkiksi ontelolaatat muodostivat osan tuotenipusta [REDACTED] prosentissa tuotenipuista ja niiden keskimääräinen osuus nipun arvosta oli [REDACTED] prosenttia. Ontelolaatan kanssa samoissa nipuissa esiintyy eniten teräsbetonipalkkeja ja -pilareita ([REDACTED] prosenttia ontelolaattaa sisältävien nippujen arvosta) sekä väliseiniä ([REDACTED] prosenttia).

*Kaavio 3: Eri tuoteryhmien yleisyys Parman myymissä tuotenipuissa*



- 127 KKV:n arvion mukaan SSNIP-testin suorittaminen betonielementtituotteiden markkinoilla, jossa erilaisia tuotenippuja on huomattavan suuri määrä, ja jossa eri tuotteiden suhteelliset osuudet vaihtelevat tilauksesta toiseen, on käytännössä mahdotonta. Markkinoiden edellä kuvattujen ominaispiirteiden perusteella virasto pitää kuitenkin todennäköisenä, että relevantit tuotemerkkinat koostuvat sekä yksittäisistä tuoteryhmistä omina markkinoinaan että mahdollisesti myös tuotenipuista tai tuotenipuista yhdessä osiensa kanssa.
- 128 Yksittäisistä tuoteryhmistä koostuvien markkinoiden puolesta puhuu erityisesti edellä useasti mainittu asiakkaiden kyky ja taipumus jakaa hankintansa useille vaihtoehtoisille toimijoille, sekä se, että eri tuoteryhmien elementit eivät ole asiakkaan näkökulmasta toisiaan korvaavia. Ainakin osalle asiakkaista ostojen jakaminen vielä pienempiin osahankintoihin saattaa muodostua jossain vaiheessa kannattamattomaksi, mikäli hankintoja pilkkomalla menetetään yhteishankintaan liittyvät säästöt esimerkiksi etsintä- tai transaktiokustannuksissa.
- 129 Tuotenippuihin liittyvien markkinoiden tarkka määrittely ei ole asiassa kuitenkaan välttämätöntä. Kuten jäljempänä on rakenteellisen tarkastelun yhteydessä kuvattu, keskittymän markkinaosuudet muodostuvat huomattavan suuriksi sekä useassa yksittäisessä tuoteryhmässä että valtaosassa keskittymän myymiä tuotenippuja.

#### 6.4.7 Johtopäätös relevanttien tuotemerkkinoiden määrittelystä

- 130 Viraston selvitykset osoittavat, ettei eri betonielementtien välillä ole kysynnän korvaavuutta, jonka johdosta kaikkien tai tiettyjen elementtien tulisi katsoa samalle markkinalle. Selvitysten mukaan elementtien välillä ei ole myöskään sellaista tarjonnan korvaavuutta, joka viittaisi kaikkien tai tiettyjen elementtien kuuluvan samalle markkinalle.
- 131 Ilmoittajan esittämä väite kokonaistoimituksista ei ole viraston selvitysten mukaan peruste katsoa kaikkien elementtien kuuluvan samalle relevantille markkinalle. Sen sijaan virasto on kiinnittänyt huomiota kokonaistoimitusten merkitykseen erityisesti toimitilarakentamisen markkinalla, sekä siihen, että yrityskaupan osapuolten lisäksi ainoastaan kolme muuta betonielementtituottajaa läsnä kaikissa tuotesegmenteissä ja pystyy kilpailemaan kokonaistoimituksista.
- 132 Yrityskaupan ilmoittajan mukaan vaihtoehtoiset rakennusmateriaalit ja -tavat (teräs, puu ja paikallavalu) eivät kuulu samalle markkinalle betonielementtien kanssa, mutta tuottavat markkinan ulkopuolista kilpailun painetta, joka rajoittaa keskittymän markkinavoiman käyttöä. Selvitysten perusteella virasto on havainnut viitteitä siitä, että paikallavalua voidaan pitää jossain määrin korvaavana tuotteena ontelolaattaelementeille. Paikallavalun ontelolaattaelementeille tuoma kilpailupaine rajoittuu kuitenkin vain osaan sellaisista kohteista, joissa paikallavalua voidaan ylipäänsä käyttää ontelolaatan korvaajana. Viraston lisäselvitykset ovat lisäksi antaneet viitteitä siitä, että terästä



voidaan pitää jossain määrin korvaavana tuotteena jännitetyille ja teräsbetonisille palkeille ja pilareille toimitilarakentamisessa.

- 133 KKV arvion mukaan on todennäköistä, että relevantit tuotemarkkinat koostuvat sekä yksittäisistä tuoteryhmistä omina markkinoinaan että mahdollisesti myös tuotenipuista tai tuotenipuista yhdessä osiensa kanssa. Viraston arvion mukaan markkinamäärittely voidaan tältä osin jättää avoimeksi sillä se ei jäljempänä kuvatuin tavoin vaikuta asian lopputulokseen.

## 6.5 KKV:n arvio relevanteista maantieteellisistä markkinoista

- 134 Relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelyn tarkoituksena on selvittää ne maantieteelliset alueet, joilla sijaitsevien yritysten tai tarjottavien hyödykkeiden taholta tuleva kilpailu tai sen riittävä ja uskottava uhka voi rajoittaa yrityskaupan seurauksena syntyneen keskittymän markkinavoiman käyttöä.
- 135 Maantieteellisten markkinoiden määrittelyssä virasto on selvittänyt ensinnäkin, onko markkinoita perusteltua tarkastella Suomea laajempaan (kuuluuko tuonti Baltian maista samalle markkinalle). Mikäli markkinoita ei voida pitää Suomea laajempaan on tarkasteltava, onko markkinoita perusteltua tarkastella koko Suomen laajuisina vai alueellisina tai osavaltakunnallisina.
- 136 Ilmoittajan mukaan elementtien tuonti Baltiasta tai sen uhka tuottaa keskittymälle kilpailun painetta, joka hillitsee hintojenkorotuspainetta riippumatta siitä, tarkastellaanko markkinaa Suomea laajempaan vai ei. Osana maantieteellisten markkinoiden määrittelyä viraston on tarkastellut myös tätä väitettä.

### 6.5.1 Markkinat eivät ole Suomea laajemmat

- 137 Arvioidessaan sitä, tuleeko markkinaa tarkastella Suomea laajempaan, virasto on tarkastellut tuonnin merkitystä muun muassa asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen, markkinatoimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen ja tullitilastojen avulla. Viraston kuulemat asiakkaat ja Betoniteollisuus ry:n edustajat ovat todenneet varsin yksiselitteisesti elementtien tuonnin määrän ja merkityksen olevan varsin vähäistä ja kohdistuvan pääasiassa työvoimavaltaiten elementtien, kuten julkisivu- ja porruselementtien tuontiin, joissa kuljetuskustannusten suhteellinen osuus on pienempi. Yleisesti ottaen esimerkiksi ontelolaattaa tai väliseiniä ei ole kannattavaa kuljettaa pitkiä matkoja edes Suomen sisällä.
- 138 Parman Viron kilpailuviranomaiselle toimittamien tietojen mukaan betonielementtien hintataso Suomessa on hieman Viron hintatasoa korkeampi. Virolaisten tuotteiden kilpailukykyä heikentää kuitenkin se, että logistiikkaketju ja toimitusajat ovat pidempiä kuin kotimaisilla valmistajilla, mikä asiakkaan näkökulmasta lisää toimitusvarmuuteen liittyviä riskejä. Hintakilpailukykyyn vaikuttavat myös korkeammat markkinointikulut ja huomattavat kuljetuskustan-

nukset. Viron kilpailuviranomaiselle toimitetun yrityskauppailmoituksen mukaan kuljetuskustannukset Virossa Suomeen (pääkaupunkiseudulle) muodostavat noin [10–20] prosenttia betonielementtien tilauksen kokonaisarvosta.

- 139 Ollakse kilpailukykyinen, virolaisen tuotteen on edellä kuvatuista syistä oltava kaikkien kustannusten jälkeen suomalaista tuotetta halvempi, jotta asiakas valitsisi tuontituotteen. Virolaisen tuotannon kilpailukykyyn vaikuttaa kuitenkin se, että tuotantokustannukset Virossa ovat yrityskaupan ilmoittajan mukaan kasvamassa.
- 140 Arvioidessaan kysymystä siitä, johtaisiko pieni suhteellinen (5–10 prosentin) nousu hinnoissa siihen, että elementtien tuonti Baltiasta kasvaisi niin merkittäväksi, että se tekisi hinnannoston kannattamattomaksi, virasto on tarkastellut myös tuonnin teoreettista maksimimäärää. Tullitilastojen mukaan Virossa tuotujen betonielementtituotteiden arvo vuonna 2017 oli noin 7,7 miljoonaa euroa. Parma on yrityskauppailmoituksessaan Viron kilpailuviranomaiselle todennut, että keskimäärin [redacted] prosenttia Virossa tuotetuista betonielementeistä viedään ulkomaille ja näistä noin [redacted] prosenttia tuodaan Suomeen.<sup>40</sup> Karkean laskelman mukaan edellä mainittu tarkoittaa sitä, että vaikka kaikki Virossa valmistetut betonielementit tuotaisiin Suomeen, niiden osuus Suomen markkinasta olisi noin [5–10] prosenttia. Edelleen, vaikka laskelmassa huomioitaisiin Viron ilmoituksen mukainen [redacted] prosentin vapaa kapasiteetti, kaiken potentiaalisen Viron tuonnin osuus nousisi silti korkeintaan [10–20] prosenttiin.
- 141 Virasto ei pidä realistisena vaihtoehtoa, jossa koko Viron tuotanto tuotaisiin Suomen markkinalle, joten realistinen tuonnin enimmäismäärä on selvästi edellä kuvattua lukua alhaisempi.
- 142 Osapuolten markkinaosuus nousee korkeimmaksi seuraavissa tuoteryhmissä: ontelolaatta, kuortilaatta, TT-laatta sekä jännitetyt ja teräsbetoniset palkit ja pilarit. Näitä tuotteita ei viraston tietojen mukaan ole toistaiseksi tuotu lainkaan Suomeen. Ottaen huomioon, että toistaiseksi tuonti on kohdistunut lähinnä julkisivu- ja porraselementteihin, virasto ei pidä realistisena näkemystä siitä, että vastauksena pieneen suhteelliseen hinnannousuun tuonti edellä luetelluissa tuoteryhmissä alkaisi ja kasvaisi niin merkittäväksi, että se tekisi hinnannousun kannattamattomaksi.
- 143 Edellä kuvatuin perustein markkina ei ole viraston arvion mukaan Suomea laajempi.

---

<sup>40</sup> Parman yrityskauppailmoitus Viron kilpailuviranomaisille, englanninkielinen käännös.

### 6.5.2 Markkinamäärittely Suomen alueen sisäpuolella voidaan jättää avoimeksi

- 144 Arvioitaessa kysymystä siitä, onko markkinaa perusteltua tarkastella kapeampana kuin koko Suomi, virasto on tarkastellut betonielementtituotteiden markkinan maantieteellistä jakaumaa sekä kokonaisuutena että segmentti-kohtaisesti. Valtaosa tehtaista keskittyy Keski- ja Etelä-Suomeen, mihin kohdistuu myös suurin osa betonielementtien kysynnästä. Virasto ei ole havainnut merkittäviä segmentti-kohtaisia eroja tarjonnassa. Virasto on ottanut tutkinnassa huomioon myös eri betonielementtien kuljetusetäisyydet. Yleisesti ottaen väliseiniä ja ontelolaattaa kuljetetaan noin 100–150 kilometrin päähän, kun taas esimerkiksi julkisivujen kuljetusetäisyydet voivat olla huomattavasti pidempiä.
- 145 Viraston selvitykset kuitenkin viittaavat siihen, että keskittymän kohtaama kilpailupaine voi kuitenkin vaihdella kilpailijoiden tehtaiden sijainnista riippuen Suomen eri osissa. Kilpailijoiden ja keskittymän tehtaiden tuotevalikoimasta riippuen keskittymän eri maantieteellisillä alueilla kohtaamassa kilpailupaineessa voi olla elementtikohtaista vaihtelua eri maantieteellisillä alueilla.
- 146 Kuten edellä on todettu, viraston selvitysten mukaan markkina ei ole Suomea laajempi. Viraston näkemyksen mukaan relevanttien maantieteellisten markkinoiden täsmällinen määrittely sen suhteen onko markkina koko Suomen laajuinen vai kapeampi ei tässä tapauksessa ole yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnin kannalta tarpeen.

### 6.5.3 Markkinan ulkopuolinen kilpailun paine

- 147 Virasto suhtautuu kriittisesti myös näkemykseen siitä, että Baltian tuonti tuotaisi niin merkittävästi ns. markkinan ulkopuolista kilpailun painetta, että se estäisi keskittymää korottamasta hintoja. Hypoteettisen monopolistin testissä selvitetään 5–10 prosentin hinnannousun vaikutusta kysyntään. Tästä seuraa, että tuonin tuottama kilpailun paine (joka ei johda markkinoiden määrittelyyn Suomea laajemmaksi) voisi potentiaalisesti estää tätä korkeampia hinnannostoja. Keskittymästä seuraavien haitallisten kilpailuvaikutuksen syntymiseen ja puuttumiskynnyksen ylittymiseen riittää kuitenkin selvästi pienempi hinnankorotus kuin SSNIP-testin mukainen 5–10 prosenttia.

## 7 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

### 7.1 Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

- 148 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.

- 149 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 kokonaismarkkinalla ja kaikissa segmenteissä.
- 150 Ilmoittajan käsityksen mukaan Suomen betonielementtimarkkinoilla ei ole kapasiteettirajoitteita, jotka saattaisivat estää markkinoille tuloa taikka siellä laajentumista.
- 151 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).
- 152 Ilmoittajan mukaan asiakaskunta koostuu pääosin suurista rakennusliikkeistä, joilla on merkittävää osaamista rakentamisesta eri materiaaleilla sekä ostajavoimaa suhteessa betonielementtien toimittajiin.
- 153 Yrityskauppa ei ilmoittajan mukaan mahdollista keskittymän hinnankorotuksia yrityskaupan jälkeen, sillä ne johtaisivat asiakkaiden siirtymiseen kilpailuille yrityksille, jotka pystyisivät tarvittaessa lisäämään kapasiteettiaan kysynnän mukaan. Asiakkaat voivat halutessaan vaihtaa runkomateriaalin teräkseen tai puuhun sekä erilaisiin hybridi-vaihtoehtoihin (eri materiaaleja yhdessä).
- 154 Yrityskauppa tehostaa ilmoittajan mukaan keskittymän toimintaa ja mahdollistaa tuotannon optimoinnin kautta kustannussäästöjä, mikä osaltaan lisää hintakilpailua markkinoilla.

## 7.2 KKV:n arvio kilpailuvaikutuksista

### 7.2.1 Kilpailuvaikutusten arvioinnissa käytettävät menetelmät

#### 7.2.1.1 Johdanto

- 155 Arvioidessaan johtaako yrityskauppa kilpailulain 25 §:n mukaisesti tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen Kilpailu- ja kuluttajavirasto analysoi, onko yrityskaupalla kilpailunvastaisia vaikutuksia. Kilpailuviraston suuntaviivoissa yrityskauppavalvonnasta ja Euroopan komission horisontaalisia sulautumia koskevissa suuntaviivoissa kuvataan tapoja, joilla horisontaaliset sulautumat voivat estää tehokasta kilpailua.<sup>41</sup>
- 156 Yrityskaupan aiheuttamat kilpailuongelmat voidaan jakaa kahteen käsitteelliseen kategoriaan: koordinoimattomiin (unilateraaleihin) ja koordinoituihin vaikutuksiin. Parman ja TMB:n välisen yrityskaupan osalta KKV on arvioinut yrityskaupan koordinoimattomia vaikutuksia. Koordinoimattomilla vaikutuksilla tarkoitetaan tilannetta, jossa yrityskauppa poistaa tai vähentää merkittävää kilpailun painetta ja johtaa olennaiseen tehokkaan kilpailun vähenemiseen ilman että yritykset nimenomaisesti, tai edes hiljaisesti, koordinoivat toimintojaan.<sup>42</sup>
- 157 Yrityskauppa vaikuttaa suoraan kaupan osapuolten väliseen kilpailutilanteeseen: se poistaa kaupan osapuolten välisen kilpailuasetelman ja sen aikaansaaman kilpailupaineen, jolloin kaupan osapuolten toteuttamat tuotteidensa hinnankorotukset voivat muodostua kannattaviksi. Useat tekijät voivat vaikuttaa siihen, aiheutuuko sulautumasta todennäköisesti merkittäviä koordinoimattomia vaikutuksia. Tällaisia voivat olla esimerkiksi yrityskaupan osapuolten korkeat markkinaosuudet; se, että kaupan osapuolet ovat toistensa läheisiä kilpailijoita; asiakkaiden rajoitetut mahdollisuudet vaihtaa toimittajaa esimerkiksi siitä syystä, että markkinoilla on vain vähäinen määrä vaihtoehtoisia toimittajia; sekä ovatko markkinaolosuhteet sellaiset, että pienemmillä toimijoilla on mahdollisuus ja kannustin lisätä toimitusmääriään keskittymän jälkeen.<sup>43</sup>
- 158 Tuotteiden ollessa suhteellisen homogeenisia kilpailijat saattavat kyetä vastaamaan keskittymän hinnannostoon tuottamalla lisää kilpailevaa tuotetta. Differoitujen tuotteiden markkinoilla lisätuotannolla ei ole samanlaista hinnannostoa estävää vaikutusta, jos asiakkaat pitävät keskittymän tuotteita läheisesti toisiaan korvaavina.

<sup>41</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011; Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03).

<sup>42</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 73 ja Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 22.

<sup>43</sup> Kaikkien näiden tekijöiden ei tarvitse esiintyä, jotta koordinoimattomat vaikutukset olisivat todennäköisiä. Luetelo ei myöskään ole tyhjentävä. Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 73–74 ja Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohdat 17 ja 26–38.

- 159 Tuotteen homogeenisyydellä tarkoitetaan yleisesti ottaen sitä, että tuotteet ovat samanlaisia eikä asiakkaalla ole preferenssejä eri tuotteiden ja valmistajien välillä vaan asiakas ostaa tuotteen valmistajalta, joka tarjoaa alhaisimman hinnan. Nyt arvioitavana oleva yrityskauppa koskee betonielementtien valmistusta ja myyntiä. KKV:n arvion mukaan betonielementtejä voidaan pitää suhteellisen homogeenisina tuotteina. Betonielementtivalmistajat sen sijaan eroavat toisistaan muun muassa tuotevalikoimansa laajuuden, tehtaidsensa sijainnin sekä toimitusvarmuuden suhteen. Lisäksi tietyissä käyttökohteissa elementit kohtaavat edellä kuvatusti kilpailun painetta myös vaihtoehtoisista materiaaleista, joiden betonielementeistä poikkeavat ominaisuudet tekevät niistä kilpailuvaikutusten arvioinnin näkökulmasta differoituja tuotteita.
- 160 KKV:n arvion mukaan betonielementtimarkkinoiden edellä kuvatut ominaispiirteet ovat vaikeasti sovitettavissa yrityskauppojen vaikutusarvioinnissa tavallisesti käytettäviin oligopolimalleihin. Betonielementtivalmistajien kapasiteettirajoitteilla voidaan kuitenkin katsoa olevan yrityskaupan vaikutusten kannalta erityisen keskeinen rooli, minkä vuoksi KKV on tarkastellut asiassa erikseen keskittymän kilpailijoiden kokonaiskapasiteettia suhteessa markkinoiden kokonaiskysyntään.
- 161 KKV:n suorittama yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi koostuu ensisijaisesti rakenteellisesta tarkastelusta, edellä mainitusta tuotantokapasiteettien tarkastelusta sekä keskittymän kilpailijoiden potentiaalisten vastareaktioiden arvioinnista. Kilpailuvaikutusten arvioinnissa on lisäksi tarkasteltu yrityskaupan kilpailuvaikutuksia tasapainottavia tekijöitä.

#### 7.2.1.2 Kapasiteettirajoitteiden merkitys yrityskaupan vaikutusten arvioinnissa

- 162 Horisontaalisten suuntaviivojen mukaan homogeenisten tuotteiden markkinoilla keskittymä voi nostaa hintojaan kannattavasti, jos kilpailijat eivät kykene tai niillä ei ole kannustinta vastata tuotantomäärien laskuun tai hintojen nousuun lisäämällä omaa tuotantoaan. Tuotannon lisääminen on epätodennäköistä erityisesti silloin, kun kilpailijoilla on kapasiteettirajoitteita ja kapasiteetin lisääminen on kallista tai kun ylimääräisen kapasiteetin käyttö on huomattavasti kalliimpaa kuin käytössä olevan kapasiteetin käyttö.<sup>44</sup>
- 163 Tuotteiden ollessa suhteellisen homogeenisia, yrityksen kohtaama kilpailun paine ja yrityksen markkinavoima ovat näin ollen riippuvaisia keskittymän markkinaosuuksien lisäksi muun ohella kilpailijoiden tuotantokapasiteetista sekä kyvystä ja kannustimista lisätä tuotantoa lyhyellä aikavälillä. Yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin vaikuttavat myös keskittymän kilpailijoiden kannustimet seurata hinnankorotusta.

<sup>44</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohdat 32–34.

- 164 Komissio on tarkastellut kilpailijoiden kykyä ja kannustimia tuotannon lisäämiseen vastareaktionä keskittymän hinnannostoon homogeenisten tuotteiden markkinoilla kahdessa suhteellisen viimeaikaisessa tapauksessa, *Outokumpu/Inoxum*<sup>45</sup> ja *INEOS/Solvay*<sup>46</sup>. Aiemmassa tapauskäytännössä komissio oli usein katsonut, että pelkkä huomattava vapaan kapasiteetin määrä markkinoilla riittäisi estämään keskittymän hinnankorotukset.<sup>47</sup> *Outokumpu/Inoxum*- ja *INEOS/Solvay*-päätöksissä komissio kuitenkin kiinnitti huomiota paitsi kilpailijoiden kykyyn lisätä tuotantoa, myös kannustimiin toimia näin.<sup>48</sup> Molemmissa tapauksissa komissio katsoi, ettei keskittymän kilpailijoilla ollut vapaasta kapasiteetista huolimatta kannustimia vastareaktioon, joka olisi estänyt hintojen nousun.<sup>49</sup>
- 165 Komission analyysi kilpailijoiden kannustimista lisätä tuotantoaan *Outokumpu/Inoxum*- ja *INEOS/Solvay*-tapauksissa perustui niin sanottuun Bertrand-Edgeworth-malliin (BE-malliin). BE-mallissa joukko yrityksiä kilpailee homogeenisen tuotteen markkinoilla. Kilpailu yritysten välillä käydään hinnoittelun perusteella, mutta yritysten tuotantokapasiteetti on rajallinen. Asiakkaat valitsevat tuottajan hinnan perusteella ja vaihtavat välittömästi alhaisinta hintaa tarjoavalle yritykselle, jonka kapasiteetti riittää asiakkaan palvelemiseen.
- 166 Tavanomaisessa Bertrand-kilpailussa, jossa yrityksillä ei ole kapasiteettirajoitteita, yrityksillä on kannustin leikata hintojaan aina juuri alle rajakustannusten voittaakseen myyntiä kilpailijoiltaan. Tilanteessa, jossa yritysten rajakustannukset ovat yhtä suuret, hinta laskee markkinatasapainossa rajakustannuksen tasolle. Niin kauan, kuin markkinoilla toimii vähintään kaksi yritystä, yhdelläkään yrityksellä ei ole markkinavoimaa, eli kykyä nostaa hintaansa yli rajakustannuksen, koska hinnankorotus johtaisi välittömästi koko kysynnän menettämiseen kilpailijoille. Tästä syystä myöskään yrityskaupalla ei voi olla Bertrand-mallissa vaikutusta hintatasoon, ellei kaupassa synny monopolia. Koska rajakustannusmarginaalit ovat käytännössä aina positiivisia, teoreettinen Bertrand-malli ei sovellu sellaisenaan tosielämän markkinoiden mallintamiseen.
- 167 Kapasiteettirajoitteet ovat yksi tekijä, jonka vuoksi havaitut hintakustannusmarginaalit voivat olla positiivisia. Tavallisessa Bertrand-kilpailussa yrityksen hintojen korotus johtaisi siihen, että sen kaikki asiakkaat vaihtaisivat kilpaileville toimittajille. Kun kilpailijoiden kapasiteetti on rajallinen, kaikki asiakkaat

<sup>45</sup> Asia M.6471, Outokumpu/Inoxum (2012).

<sup>46</sup> Asia M.6905, INEOS/Solvay/JV (2014).

<sup>47</sup> Esim. Komission päätös asioissa M.4137, Mittal/Arcelor (2006) ja M.6218 INEOS/Tessenderlo Group (2011).

<sup>48</sup> KKV on KWH/Uponor -yrityskaupassa tarkastellut kilpailijoiden kykyä ja kannustimia lisätä tuotantoa homogeenisten tuotteiden markkinoilla vastareaktionä keskittymän hinnannousun (Esitys markkinaoikeudelle asiassa 661/14.00.10/2012, 25.2.2013, kohdat 168–185).

<sup>49</sup> Komission kilpailuvaikutusten arviointia homogeenisten tuotteiden markkinoilla on käsitelty muun muassa artikkelissa "Horizontal Mergers in Homogeneous Goods Industries: When Is Spare Capacity Sufficient to Offset Unilateral Effects?" (Buettner, Thomas; Cilea, Andrea & Kadar, Massimiliano, World Competition, 39 no. 1, 2016).

eivät voi valita vaihtoehtoista toimittajaa. Hintoja korottavalle yritykselle jää tällöin väistämättä joukko asiakkaita, joille se voi asettaa korkean hinnan. Yrityksen nostaessa hintaa kyseiselle asiakasjoukkoille kilpailijoidenkin olisi kuitenkin kannattavaa nostaa hintojaan omille asiakkailleen. Tämä aiheuttaisi vastavuoroisesti hintoja alun perin korottaneelle yritykselle kannustimen kaapata osa kilpailijoiden asiakkaista.

- 168 Edellä kuvattu hintojen muodostumisprosessi ei johda yhteen hyvin määritellyn tasapainohintaan, vaan BE-mallin lopputulos perustuu niin sanottuun sekastrategiatasapainoon, johon liittyy yhden hintatason sijasta hintojen vaihteluväli.<sup>50</sup> BE-malli tuottaa yksikäsitteisen hintaennusteen ainoastaan, mikäli yksikään yritys ei ole pivotaalinen, eli käytännössä mikäli keskittymän kilpailijat pystyvät tuottamaan koko markkinakysynnän tilanteessa, jossa hinta on rajakustannuksen tasolla, tai mikäli kaikkien yritysten kapasiteettirajoitteet ovat sitovia. Ensin mainitussa tapauksessa hinnat laskevat tavallisen Bertrand-mallin tapaan rajakustannusten tasolle. Toiseksi mainitussa tapauksessa jokainen yritys asettaa hintansa juuri sille tasolle, jolla se saa myytyä koko kapasiteettinsa.
- 169 BE-mallissa yrityskauppa johtaa hintojen nousuun, mikäli keskittymän kilpailijat eivät pysty yhdessä tuottamaan koko markkinakysyntää, ja keskittymä on kysynnän tyydyttämisen kannalta välttämätön eli pivotaalinen. Yrityskaupan seurauksena BE-mallin tuottama koko hintojen vaihteluväli siirtyy ylemmälle tasolle. Hintajakauman siirtyminen ylöspäin heijastaa keskittymän markkinavoiman kasvua, joka johtuu siitä, että suurempi osa markkinoiden kapasiteetista keskittyy yrityskaupan osapuolille. Mitä suurempi osuus kapasiteetista siirtyy yrityskaupassa keskittymälle, sitä suurempi on yrityskaupan vaikutus keskittymän markkinavoiman kasvuun.
- 170 Kapasiteettirajoitusten merkitystä tarkasteltaessa on syytä korostaa, että kilpailijoiden kyky ja kannustimet lisätä tuotantoaan eroavat toisistaan. Mikäli kilpailijoiden kokonaiskapasiteetti ei riitä tyydyttämään koko markkinakysyntää, kapasiteettihohtajana toimiva yritys ei leikkaa hintaansa rajakustannuksen tasolle, eikä sen kilpailijoilla ole kannustinta kumota täysimääräisesti keskittymän hinnankorotusta, vaikka niillä olisikin riittävästi vapaata kapasiteettia hinnankorotuksen seurauksena markkinoilta poistuvan tuotannon korvaamiseen. Myös komissio kiinnitti *Outokumpu/Inoxum*-tapauksessa huomiota siihen, että vaikka keskittymän kilpailijoilla oli runsaasti vapaata kapasiteettia, niillä ei ollut kannustinta hyödyntää kyseistä kapasiteettia hintojen pitämiseksi yrityskauppaa edeltävällä tasolla.<sup>51</sup> Komissio myös toteutti BE-malliin perustuvan yrityskauppasimulaation, jonka tulokset viittasivat siihen, että yrityskauppa johtaisi hintojen nousuun kilpailijoiden vapaasta kapasiteetista huolimatta.

<sup>50</sup> Asia M.6471, *Outokumpu/Inoxum* (2012), liite IV, luku 3.3.

<sup>51</sup> Asia M.6471, *Outokumpu/Inoxum* (2012), kohdat 802–808.



- 171 Komissio kiinnitti *Outokumpu/Inoxum-* ja *INEOS/Solvay-*yrityskaupoissa lisäksi huomiota osapuolten positiivisiin katteisiin ennen yrityskauppaa. Komission mukaan positiiviset hintakustannusmarginaalit ovat ristiriidassa sen oletuksen kanssa, että markkinoilla vallitseva kilpailu olisi riittävän intensiivistä ajamaan hinnan rajakustannuksen tasolle. Koska näin ei ole tapahtunut ennen yrityskauppaa, on pidettävä epätodennäköisenä, että kilpailijat lisääisivät yrityskaupan jälkeenkään tuotantoaan riittävästi keskittymän hinnankorotuksen kumoamiseksi.
- 172 KKV on arvioinut yrityskaupan vaikutuksia kapasiteetin keskittymiseen. Edellä kuvatuksi BE-malli ennustaa yrityskaupan johtavan hintojen nousuun, mikäli keskittymästä muodostuu kaupan vuoksi kapasiteetti johtaja ja mikäli keskittymän kilpailijoilla ei ole riittävästi kapasiteettia tyydyttämään koko markkinakysyntää. KKV on tarkastellut kyseisten ehtojen toteutumista tuoterhmittäin.
- 173 BE-mallia ei voida kuitenkaan pitää täydellisenä kuvauksena betonielementtimarkkinoiden kilpailusta. Markkinoihin liittyy useita ominaispiirteitä, joita ei pystytä kuvaamaan tarkasti BE-mallin avulla. Tällaisia piirteitä ovat edellä kuvatuksi elementtivalmistajien heterogeenisyys sekä vaihtoehtoisten rakennustapojen, kuten paikallavalun, elementeille tietyissä rakennuskohteissa tuoma kilpailupaine. Koska kyseiset piirteet voidaan rinnastaa tuotedifferentaatioon, ne rikkovat BE-mallin taustaoletusta, jonka mukaan tuote on täysin homogeeninen.
- 174 Lisäksi BE-malli perustuu äärimmäiseen oletukseen hintakilpailun intensiivisyydestä. Mallissa oletetaan, että asiakkaat siirtyvät toimijoiden kapasiteettirajoitteiden puitteissa välittömästi kilpailijoiden välillä hinnanmuutosten seurauksena. Käytännössä asiakkaiden siirtymiseen toimijoiden välillä liittyy aina kitkaa, joka voi aiheutua esimerkiksi etsintä- ja vaihtokustannuksista tai asiakkaiden pyrkimyksestä jakaa hankintojaan useille toimijoille.<sup>52</sup>
- 175 KKV:n arvion mukaan BE-malli tarjoaa edellä kuvatuista puutteistaan huolimatta yrityskaupan arvioinnille hyödyllisen teoreettisen viitekehyksen. BE-malli osoittaa, miten yrityskaupan hintavaikutukset riippuvat tuotantokapasiteetin keskittymisestä. Lisäksi malli perustelee sen, miksei keskittymän kilpailijoilla ole kannustinta lisätä tuotantoaan niin paljon, että se kumoaisi keskittymän kannustimen nostaa hintojaan.
- 176 Koska elementtimarkkinoiden tuotteita ei voida pitää täysin homogeenisinä, BE-malliin perustuvia kapasiteettiehtoja ei voida tarkastella tarkkoina raja-arvoina yrityskaupan hintavaikutuksille. Viraston jäljempänä raportoimat tulokset osoittavat kuitenkin, että kilpailevien elementtivalmistajien tuotantokapasiteetti olisi riittämätön tyydyttämään markkinoiden kokonaiskysyntää

---

<sup>52</sup> Asia M.6471, Outokumpu/Inoxum (2012), liite IV, kohta 7.

useissa tuotesegmenteissä ilman, että merkittävä osa kysynnästä siirtyisi kilpaileviin rakennusmateriaaleihin.

## 7.2.2 Rakenteellinen tarkastelu

### 7.2.2.1 Johdanto

- 177 Markkinaosuudet ja keskittymistasot antavat hyödyllisen ensimmäisen indikaation markkinoiden rakenteesta sekä sulautuman osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinavoimasta. Komission horisontaalisten sulautumien arviointia koskevien suuntaviivojen mukaan suurempaan markkinaosuuteen liittyy todennäköisesti suurempi markkinavoima. Mitä enemmän markkinaosuus lisääntyy, sitä todennäköisempää on, että sulautuma johtaa markkina-voiman merkittävään kasvuun. Mitä enemmän myyntipohja, jolta hinnankorotuksen jälkeen voidaan saada suurempia marginaaleja, laajenee, sitä todennäköisempää on, että sulautuvat yritykset pitävät hinnankorotusta kannattavana. Vaikka markkinaosuudet ja markkinaosuuksien lisäykset ovat vain ensimmäinen viite markkinavoimasta ja markkinavoiman lisääntymisestä, ne ovat tavallisesti tärkeitä tekijöitä yrityskaupan arvioinnissa.<sup>53</sup>
- 178 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan erittäin suuret markkinaosuudet – 50 prosenttia tai enemmän – voivat jo sinällään olla todiste määräävästä markkina-asemasta. Sulautuma, jossa on osapuolena yritys, jonka markkinaosuus pysyy 50 prosentin alapuolella sulautuman jälkeen, voi myös aiheuttaa kilpailuongelmia muiden tekijöiden osalta, joita ovat esimerkiksi kilpailijoiden vahvuus ja lukumäärä, kapasiteettirajoitusten olemassaolo tai se, kuinka hyvin sulautuman osapuolten tuotteet korvaavat toisensa. Komissio onkin useissa tapauksissa katsonut, että sulautumat, joiden seurauksena syntyvien yritysten markkinaosuudet ovat 40–50 prosenttia ja joissakin tapauksissa alle 40 prosenttia, johtavat määräävän aseman syntymiseen tai vahvistumiseen.<sup>54</sup>
- 179 Pienemmillä kilpailijoilla voi kuitenkin olla riittävästi rajoittavaa vaikutusta, jos niiden esimerkiksi on mahdollista ja niillä on kannustin lisätä toimitusmääriään.<sup>55</sup> Edellä on kuvattu yksityiskohtaisesti kilpailuvaikutusten arviointia homogeenisten tuotteiden markkinoilla, jossa toimijoilla on kapasiteettirajoitteita. Kuten edellä on kuvattu, tällaisilla markkinoilla yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin vaikuttaa merkittävästi kilpailijoiden kyky ja kannustin lisätä toimitusmääriään vastauksena keskittymän hintojen nousuun. Tästä syystä rakenteellisessa tarkastelussa on merkityksellistä tarkastella keskittymän ja sen kilpailijoiden markkinaosuuksia ja keskittymästä seuraavaa markkinaosuuden lisäystä paitsi tuotantomäärien, myös kapasiteetin perusteella laskettuna.

<sup>53</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 27.

<sup>54</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 17.

<sup>55</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 27.

### 7.2.2.2 Myyntimääriin perustuvat markkinaosuudet eri tuotesegmenteillä

180 Markkinaosuuksien tarkastelu perustuu edellä jaksossa 5 kuvattuun Betonteollisuus ry:ltä saatuun aineistoon sekä selvityspyynnön kautta saatuihin tietoihin osapuolilta ja niiden kilpailijoilta<sup>56</sup>. Virasto on rakenteellisessa tarkastelussaan ottanut huomioon kaikki kyseisellä tuotesegmentillä toimivat yritykset.

181 Markkinaosuudet perustuvat tuotantomääriin (m<sup>2</sup>/m<sup>3</sup>) sillä vertailukelpoisia lukuja tuotannon arvosta ei ole saatavilla. Keskittymän osapuolten markkinaosuudet on esitetty alla taulukoissa 3–5.

*Taulukko 3: Tuotesegmenttikohtaiset markkinaosuudet (%) ja markkinoiden koko (volyymi) vuonna 2017<sup>57</sup>*

<b>Elementtituoteryhmä</b>	<b>Markkinan koko</b>	<b>Markkinan koko (€)<sup>58</sup></b>	<b>Parma<sup>59</sup></b>	<b>TMB</b>	<b>Osapuolet yhteensä</b>
<i>Julkisivuelementit (sandwich- ja ulkokuori-)</i>	860 000 m <sup>2</sup>	[160 000 000 – 200 000 000]	[10–20] %	[5–10] %	[10–20] %
<i>Väliseinäelementit</i>	760 000 m <sup>2</sup>	[50 000 000 – 70 000 000]	[30–40] %	[5–10] %	[30–40] %
<i>TT-laattaelementit</i>	190 000 m <sup>2</sup>	[7 000 000 – 9 000 000]	[50–60] %	[10–20] %	[70–80] %
<i>Ontelolaattaelementit</i>	2 440 000 m <sup>2</sup>	[80 000 000 – 120 000 000]	[50–60] %	[5–10] %	[50–60] %
<i>Kuorilaattaelementit</i>	190 000 m <sup>2</sup>	[7 000 000 – 8 000 000]	[30–40] %	[10–20] %	[50–60] %
<i>Jännitetyt palkkielementit</i>	40 000 m <sup>3</sup>	[20 000 000 – 25 000 000]	[40–50] %	[10–20] %	[50–60] %
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilarelementit</i>	50 000 m <sup>3</sup>	[40 000 000 – 50 000 000]	[30–40] %	[20–30] %	[50–60] %

182 Virasto on tarkastellut elementtikohtaisia markkinaosuuksia myös vuosina 2015–2016.

<sup>56</sup> Tarkastelu ei sisällä niitä elementtituoteryhmiä, joissa molemmat yrityskaupan osapuolet eivät ole aktiivisia. Tarkastelun ulkopuolella on em. syystä jätetty sisäkuorielementit, muut laattaelementit, perustuselementit ja poraselementit.

<sup>57</sup> Taulukon luvut on laskettu yhteen ennen pyöristämistä.

<sup>58</sup> Markkinan arvo on laskettu Parma keskimääräisten hintojen perusteella.

<sup>59</sup> Parman markkinaosuusluvut sisältävät myös Rajaville Oy:n tuotannon.

Taulukko 4: Tuotesegmenttikohtaiset markkinaosuudet (%) ja markkinoiden koko (volyymi) vuonna 2016

<b>Elementtituoteryhmä</b>	<b>Parma</b>	<b>TMB</b>	<b>Yhteenlas- kettu</b>
<i>Julkisivuelementit</i>	[5–10] %	[5–10] %	[10–20] %
<i>Väliseinäelementit</i>	[30–40] %	[5–10] %	[30–40] %
<i>TT-laattaelementit</i>	[40–50] %	[20–30] %	[60–70] %
<i>Ontelolaattaelementit</i>	[50–60] %	[5–10] %	[60–70] %
<i>Kuorilaattaelementit</i>	[50–60] %	[5–10] %	[60–70] %
<i>Jännitetyt palkkielementit</i>	[40–50] %	[20–30] %	[60–70] %
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilariementit</i>	[30–40] %	[20–30] %	[50–60] %

Taulukko 5: Tuotesegmenttikohtaiset markkinaosuudet (%) ja markkinoiden koko (volyymi) vuonna 2015

<b>Elementtituoteryhmä</b>	<b>Parma</b>	<b>TMB</b>	<b>Yhteenlas- kettu</b>
<i>Julkisivuelementit</i>	[5–10] %	[5–10] %	[10–20] %
<i>Väliseinäelementit</i>	[30–40] %	[5–10] %	[40–50] %
<i>TT-laattaelementit</i>	[40–50] %	[20–30] %	[60–70] %
<i>Ontelolaattaelementit</i>	[40–50] %	[5–10] %	[50–60] %
<i>Kuorilaattaelementit</i>	[40–50] %	[10–20] %	[60–70] %
<i>Jännitetyt palkkielementit</i>	[40–50] %	[20–30] %	[60–70] %
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilariementit</i>	[30–40] %	[20–30] %	[50–60] %

183 Vuosien 2015–2016 markkinaosuustarkastelu perustuu Betoniteollisuus ry:n tilastoihin. Viraston arvion mukaan edellä esitetyt markkinaosuusluvut todennäköisesti yliarvioivat hieman yrityskaupan osapuolten markkinaosuuksia, koska luvuista puuttuvat yhdistyksen ulkopuolisten toimijoiden myyntimäärät. Vuosien 2015–2016 markkinaosuuksien tarkastelu kuitenkin osoittaa karkealla tasolla, että keskittymän markkinaosuudet eivät olennaisesti poikkea vuoden 2017 luvuista. Yrityskaupan osapuolten markkinaosuudet ovat olleet huomattavan korkeita kaikissa niissä segmenteissä, joissa markkinaosuudet olivat korkeita myös vuonna 2017. Betonielementtikohtaisessa markkinaosuustarkastelussa ei havaita voimakasta vaihtelua eri vuosina. Vuoden 2017 markkinaosuuksia voidaan pitää varsin luotettavana indikaationa keskittymän markkinavoimasta elementtikohtaisilla markkinoilla.

184 Myyntimääriin perustuva rakenteellinen tarkastelu osoittaa, että yrityskaupan seurauksena markkinaosuudet nousevat korkeiksi erityisesti seuraavilla segmenteillä: (a) ontelolaatta; (b) väliseinät; (c) jännitetyt palkit ja pilarit; (d) teräsbetonipalkit ja -pilarit; (e) kuorilaatat; ja (f) TT-laatat. Väliseiniä lukuun ottamatta sulautumasta tulisi markkinajohtaja kaikilla segmenteillä yli 50 prosentin markkinaosuudella, tai Parman jo olemassa oleva markkinajohtajuus

vahvistuisi merkittävästi. Väliseinissä keskittymän markkinaosuus nousee lähes 40 prosenttiin.

- 185 Ontelolaattamarkkinalla toimii ennen sulautumaa kuusi yritystä, joista Parma on ylivoimaisesti suurin ontelolaatan tuottaja ([50–60] prosenttia kokonaismarkkinasta). TMB:n myynti kattaa [5–10] prosenttia kokonaismarkkinasta. Yrityskaupan seurauksena sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus myydyin määrän perusteella nousisi [50–60] prosenttiin. Markkinan toiseksi suurimman toimijan markkinaosuus on alle puolet Parman markkinaosuudesta ja kaikkien muiden toimijoiden markkinaosuudet ovat alle 10 prosenttia.
- 186 Väliseinäelementtien markkinalla toimii ennen sulautumaa 28 yritystä, joista Parma on selvästi suurin [30–40] prosentin markkinaosuudella. TMB:n markkinaosuus on [5–10] prosenttia ja sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus on näin ollen [30–40] prosenttia. Markkinalla toimii 28 Betoniteollisuus ry:n jäsenyritystä sekä useita yhdistyksen ulkopuolisia toimijoita. Näiden markkinaosuudet ovat kuitenkin selvästi Parmaa pienempiä ja vain kahden toimijan markkinaosuus ylittää 10 prosenttia.
- 187 Jännitettyjen palkkien ja pilareiden markkinalla on seitsemän toimijaa, näistä Parma on markkinoiden suurin toimija ja TMB markkinoiden toiseksi suurin toimija. Parman myynti kattaa markkinasegmentillä [40–50] prosenttia myydyistä määrästä ja TMB:n osuus kokonaismarkkinasta on [10–20] prosenttia. Yrityskaupan seurauksena markkina-asema tulisi vahvistumaan huomattavasti ja sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus nousisi [50–60] prosenttiin. Markkinan tällä hetkellä kolmanneksi suurimman toimijan markkinaosuus on alle puolet Parman nykyisestä markkinaosuudesta.
- 188 Teräsbetonipalkkien ja -pilareiden markkinoilla on useita toimijoita (arviolta 22) mutta Parma on markkinoiden ylivoimaisesti suurin toimija. Parman markkinaosuus on [30–40] prosenttia. TMB on markkinoiden toiseksi suurin toimija (markkinaosuus [20–30] prosenttia). Kolmanneksi suurimman toimijan markkinaosuus on alle puolet Parman nykyisestä markkinaosuudesta. Keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus nousisi siis [50–60] prosenttiin. Keskittymän markkinaosuus tulee teräsbetonipalkkien ja -pilareiden osalta aliarvioiduksi, sillä viraston saamien tietojen mukaan osa teräsbetonielementtien valmistajista tuottaa ainoastaan niin sanottuja pieniä teräsbetonipalkkeja. Näiden toimijoiden ei ole edes mahdollista laajentaa suurempien runkorakenteissa käytettävien teräsbetonipalkkien ja -pilareiden valmistamiseen.
- 189 Kuorilaatan markkinalla on yhdeksän toimijaa ja Parma on markkinoiden suurin toimija [30–40] prosentin markkinaosuudella ja TMB markkinan kolmanneksi suurin toimija [10–20] prosentin markkinaosuudella. Yrityskaupan seurauksena sulautuman markkinaosuus nousisi [50–60] prosenttiin. Sulautuman jälkeen toiseksi suurimman toimijan markkinaosuus olisi alle puolet sulautuman yhteenlasketusta markkinaosuudesta.

- 190 TT-laattojen markkinalla on viisi toimijaa, Parma on näistä ylivoimaisesti suurin ja TMB toiseksi suurin. Parman markkinaosuus on [50–60] prosenttia ja TMB:n [10–20] prosenttia. Yrityskaupan seurauksena toimijoiden määrä vähenisi viidestä neljään ja keskittymän markkinaosuus nousisi [70–80] prosenttiin.
- 191 Myyntimääriin perustuvien markkinaosuuksien perusteella virasto on todennut, että yrityskauppa ei todennäköisesti johda haitallisiin kilpailuvaikutuksiin julkisivuelementtien markkinoilla (keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus [10–20] prosenttia). Tästä syystä julkisivuelementit eivät ole mukana jäljempänä käsittelyissä kapasiteettia koskevissa selvityksissä. Muissa segmentissä osapuolten markkinaosuudet nousevat sen sijaan huomattavan korkeiksi.

#### 7.2.2.3 Kapasiteettiin perustuvat markkinaosuudet eri tuotesegmenteillä

- 192 Tuotantomääriin perustuvien markkinaosuuksien lisäksi KKV on tarkastellut tuotantokapasiteettiin perustuvia markkinaosuuksia.<sup>60</sup> Kapasiteettiin perustuvat markkinaosuudet on esitelty alla taulukossa 6. Tarkastelu on rajattu niihin tuoteryhmiin, joissa osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus viittasi potentiaalisiin kilpailuongelmiin.<sup>61</sup>

*Taulukko 6: Osapuolten markkinaosuudet maksimikapasiteetin tarkastelun perusteella*

<b>Elementtituoteryhmä</b>	<b>TMB</b>	<b>Parma<sup>62</sup></b>	<b>Osapuolet yhteensä</b>
<i>Väliseinäelementit</i>	[5–10] %	[30–40] %	[30–40] %
<i>TT-laattaelementit</i>	[20–30] %	[30–40] %	[50–60] %
<i>Ontelolaattaelementit</i>	[5–10] %	[50–60] %	[60–70] %
<i>Jännitetyt palkkielementit</i>	[10–20] %	[30–40] %	[50–60] %
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilarelementit</i>	[10–20] %	[20–30] %	[40–50] %

<sup>60</sup> KKV selvitti markkinatoimijoiden kapasiteetteja selvityspyynnöin. Toimijoita pyydettiin ilmoittamaan tuoteryhmäkohtainen taloudellinen maksimikapasiteettinsa. Maksimikapasiteetti määriteltiin Parman esittämällä tavalla seuraavasti: ”

”Tietoja puuttuu joidenkin pienempien kilpailijoiden osalta segmenteillä: ”teräsbetonipalkki- ja pilarelementit” sekä ”jännitetyt palkkielementit”. Nämä, sekä kaikki AS TMB:n kapasiteetit on arvioitu laskemalla maksimikapasiteetti toteutuneen tuotannon ja keskimääräisen tuotekohtaisen vuosittaisen käyttöasteen perusteella. Keskimääräinen vuosittainen käyttöaste laskettiin osapuolilta ja kilpailijoilta saatujen kuukausittaisten käyttöasteiden perusteella ja toteutunut tuotanto perustuu betoniteollisuudelta saatuihin toteutuneisiin myyntivolyymeihin. Jakamalla toteutunut myyntivolyymi keskimääräisellä kapasiteetin käyttöasteella saatiin laskennallinen maksimikapasiteetti (kaikki luvut vuodelta 2017).

<sup>61</sup> Kuorielementtien kapasiteettitarkastelu jätettiin tekemättä johtuen puutteellisista tiedoista sekä osapuolilta että kilpailijoilta saaduissa kuorilaatan käyttöasteissa ja kapasiteeteissa.

<sup>62</sup> Parman markkinaosuusluvut sisältävät myös Rajaville Oy:n tuotannon. Taulukon luvut on laskettu yhteen ennen pyöristämistä.

- 193 Kapasiteettien perusteella tehty rakenteellinen tarkastelu osoittaa, että yrityskaupan seurauksena osapuolista tulisi kapasiteettijohtaja tai sen asema kapasiteettijohtajana vahvistuisi huomattavasti seuraavilla markkinoilla: (a) ontelolaatta; (b) väliseinät; (c) jännitetyt palkit ja pilarit; (d) teräsbetonipalkit ja -pilarit; ja (e) TT-laatat. Väliseiniä lukuun ottamatta kaikilla muilla segmenteillä sulautumasta tulisi kapasiteettijohtaja yli 50 prosentin markkinaosuudella, tai Parman jo olemassa oleva kapasiteettijohtajuus vahvistuisi merkittävästi. Väliseinissä keskittymän kapasiteettiin perustuva markkinaosuus on noin [30–40] prosenttia.
- 194 Ontelolaatan markkinalla Parmalla on ylivoimaisesti suurin tuotantokapasiteetti ([50–60] prosenttia kokonaiskapasiteetista). TMB:n kapasiteetti kattaa [5–10] prosenttia kokonaiskapasiteetista. Yrityskaupan seurauksena sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus kapasiteetin perusteella nousisi [60–70] prosenttiin. Markkinan toiseksi suurimman toimijan kapasiteetti on alle puolet Parman kapasiteetista ja kaikkien muiden toimijoiden kapasiteetin markkinaosuudet ovat alle 10 prosenttia.
- 195 Väliseinäelementtien markkinalla Parman kapasiteetti kattaa noin [30–40] prosenttia koko markkinan kapasiteetista ja TMB:n kapasiteetti noin [5–10] prosenttia. Sulautuman yhteenlaskettu osuus on [30–40] prosenttia ja markkinan seuraavaksi suurimman yrityksen kapasiteetti on alle kolmasosa sulautuman yhteenlasketusta kapasiteetista.<sup>63</sup>
- 196 Jännitettyjen palkkien ja pilareiden markkinalla Parmalla on markkinoiden suurin tuotantokapasiteetti ja TMB:llä toiseksi suurin. Parman kapasiteetti kattaa [30–40] prosenttia markkinan kapasiteetista ja TMB:n osuus kokonaiskapasiteetista on [10–20] prosenttia. Yrityskaupan seurauksena kapasiteettijohtajan asema vahvistuisi huomattavasti ja sulautuman yhteenlaskettu osuus kokonaiskapasiteetista nousisi [50–60] prosenttiin. Markkinan tällä hetkellä kolmanneksi suurimman toimijan markkinaosuus on alle kolmasosa sulautuman markkinaosuudesta.
- 197 Teräsbetonisten palkkien ja pilareiden markkinoilla Parman markkinaosuus on [20–30] prosenttia ja TMB:llä on markkinoiden toiseksi suurin kapasiteetti (markkinaosuus [10–20] prosenttia). Kolmanneksi suurimman toimijan kapasiteetti on alle puolet sulautuman yhteenlasketusta kapasiteetista. Sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus kapasiteetista nousisi tasolle [40–50] prosenttia. Edellä jaksossa 7.2.2.2 esitetyllä tavalla teräsbetonipalkkien ja -pilarien markkinaan on laskettu myös sellaiset tuottajat, jotka eivät valmista teräsbetonisia runkorakenteita. Virasto on tarkastellut teräsbetonipalkkien ja

---

<sup>63</sup> KKV:lla ei ole väliseinien osalta tietoja kaupan kohteen ja keskittymän kilpailijoiden kapasiteetista. Kilpailijoiden kapasiteettiin perustuvat markkinaosuudet ovat suuntaa-antavia ja ne on laskettu käyttäen Parman väliseinien kapasiteetinkäyttöastetta.

-pilarien markkinaa myös ilman sellaisia tuottajia, jotka eivät ilman merkittäviä investointeja voi alkaa tuottaa teräsbetonisia runkorakenteita. Mikäli nämä niin sanotut pientuottajat<sup>64</sup> jätetään pois laskelmasta, osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus on [50–60] prosenttia.

- 198 TT-laattojen markkinalla on viisi toimijaa.<sup>65</sup> Parmalla on markkinan ylivoimaisesti suurin tuotantokapasiteetti ja TMB:llä toiseksi suurin. Parman tuotantokapasiteetin osuus koko markkinan tuotantokapasiteetista on [30–40] prosenttia ja TMB:n osuus kokonaiskapasiteetista on [20–30] prosenttia. Yrityskaupan seurauksena toimijoiden määrä vähenisi viidestä neljään ja keskittymän kapasiteetin osuus kokonaiskapasiteetista nousisi tasolle [50–60] prosenttia. Sulautumasta seuraavaksi suurimman toimijan kapasiteetti on alle kolmasosa sulautuman yhteenlasketusta kapasiteetista.
- 199 KKV on selvittänyt kilpailijoiden investointisuunnitelmia ja huomionnut niiden vaikutuksen markkinaosuuksiin. Tulevat investoinnit kohdistuvat väliseinäelementtien, ontelolaattojen, jännitettyjen palkkien ja pilareiden sekä teräsbetonipalkkien ja pilareiden markkinoihin. Enimmilläänkin vaikutus keskittymän osuuteen markkinan yhteenlasketusta tuotantokapasiteetista olisi noin 5–10 prosenttiyksikköä<sup>66</sup>. Näin ollen sulautuma olisi edelleen kapasiteetti johtaja kyseisillä markkinoilla ja sulautuman yhteenlaskettu kapasiteetti olisi yli 50 prosenttia markkinan kokonaiskapasiteetista sekä ontelolaatan että TT-laatan markkinoilla. Ei voida kuitenkaan pitää todennäköisenä, että koko tuotanto allokoitaisiin yksittäisen tuotteen valmistukseen ja todellinen muutos on näin ollen huomattavasti pienempi.

#### 7.2.2.4 Markkinoiden keskittyneisyys

- 200 Markkinaosuuksien ohella markkinoiden yleisen keskittymistason tarkastelu voi antaa viitteitä kilpailutilanteesta. Toimialan keskittyneisyyttä voidaan tarkastella laskemalla Herfindahl-Hirschman-indeksin (HHI-indeksin) avulla kuinka suuren osuuden suurimmat yritykset kattavat markkinasta.

<sup>64</sup> Ämmän Betoni, Lakan Betoni, MH-Betoni, Mäki-Rekola, Lahden Kestobetoni, Kouvolan Betoni, Lammin Asennustaito, Kankaanpään Betoni ja Elementti Oy, Joutsenon Elementti Oy.

<sup>65</sup> Lisäksi yhdellä yrityksellä on tekninen mahdollisuus valmistaa pieniä määriä TT-laattaa mutta yritys ei ole tuottanut kyseistä elementtiä viime vuosien aikana. Kyseisen yrityksen tuotantokapasiteetti on kuitenkin huomioitu, mutta se on niin marginaalinen, että kapasiteetin lisääminen markkinan kokonaiskapasiteettiin ei käytännössä muuta markkinaosuuksia.

<sup>66</sup> Investoinnit kohdistuvat pääosin moderneihin modulaaritehtaisiin, joilla tuotantoa voidaan suunnata joustavasti eri tuotteiden välillä. Virasto on laskelmissaan oletanut, että investointien koko kapasiteetti suunnattaisiin kokonaisuudessaan kulloinkin tarkasteltavana olevan tuotteen valmistamiseen. Käytännössä tämä yliarvioi merkittävästi tulevaa kapasiteettia, sillä koko kapasiteettia ei voida yhtä aikaa allokoita täysimääräisesti kaikkien tuotteiden valmistamiseen.



201 HHI-indeksi saadaan laskemalla yhteen kaikkien markkinoilla toimivien yritysten yksittäisten markkinaosuuksien neliöt.<sup>67</sup> Komission suuntaviivoissa todetaan, että horisontaalisia kilpailuongelmia ei todennäköisesti havaita sulautumassa, jossa HHI on sulautuman jälkeen 1000–2000 ja HHI:n muutos<sup>68</sup> alle 250, tai sulautumassa, jossa HHI on yli 2000 ja HHI:n muutos alle 150.<sup>69</sup>

*Taulukko 7: Herfindahl-indeksi (HHI) yrityskaupan jälkeen ja indeksin muutos (dHHI)*

<i>Elementtituoteryhmä</i>	<i>HHI</i>	<i>dHHI</i>
<i>Julkisivuelementit (sandwich-, sokkeli- ja ulkokuori-)</i>	850	140
<i>Väliseinäelementit</i>	1 960	370
<i>TT-laattaelementit</i>	5 970	2 150
<i>Ontelolaattaelementit</i>	4 240	650
<i>Kuorilaattaelementit</i>	3 840	1 340
<i>Jännitetyt palkkielementit</i>	3 930	1 520
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilarielementit</i>	4 000	1 760

202 KKV:n myyntivolyymien perusteella lasketut keskittymisindeksit on esitetty taulukossa 7. HHI-indeksi nousee yrityskaupan jälkeen noin 3800–6000 seuraavilla segmenteillä: (a) ontelolaatta, (b) jännitetyt palkit ja pilarit (c) teräsbetonipalkit ja -pilarit (d) kuorilaatat (e) TT-laatat. Muutos HHI:ssa olisi näillä segmenteillä noin 650–2100. Myös HHI-indeksi viittaa siten siihen, että yrityskauppa johtaa markkinoiden merkittävään keskittymiseen. Väliseinäelementeissä HHI-indeksi kaupan jälkeen on 1960 ja HHI:n muutos 370, mikä viittaa maltilliseen keskittymiseen.

<sup>67</sup> Esimerkiksi markkinoiden, joilla toimii viisi yritystä ja joiden markkinaosuudet ovat 40 %, 20 %, 15 %, 15 %, ja 10 %, HHI on 2550 ( $40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2550$ ). HHI vaihtelee lähes nolasta (erittäin hajanaiset markkinat) 10000:een (kun kyseessä on täydellinen monopoli).

<sup>68</sup> HHI:llä mitattu keskittymisasteen lisääntyminen voidaan laskea riippumatta markkinoiden kokonaiskeskittymisasteesta kertomalla sulautuvien yritysten markkinaosuuksien tulo kahdella. Esimerkiksi sulautuma kahden sellaisen yrityksen välillä, joiden markkinaosuudet ovat 30 % ja 15 %, korottaisi HHI:tä 900:lla ( $30 \times 15 \times 2 = 900$ ). Tämän menetelmän selitys on seuraava. Ennen sulautumaa yrityskaupan osapuolten osuus HHI:stä on sulautuvien yritysten markkinaosuuksien neliöiden summa:  $a^2 + b^2$ . Sulautuman jälkeen indeksi on markkinaosuuksien summan neliö:  $(a + b)^2$ , joka on yhtä kuin  $a^2 + b^2 + 2ab$ . HHI:n lisäys on näin ollen  $2ab$ .

<sup>69</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohdat 16 ja 20.

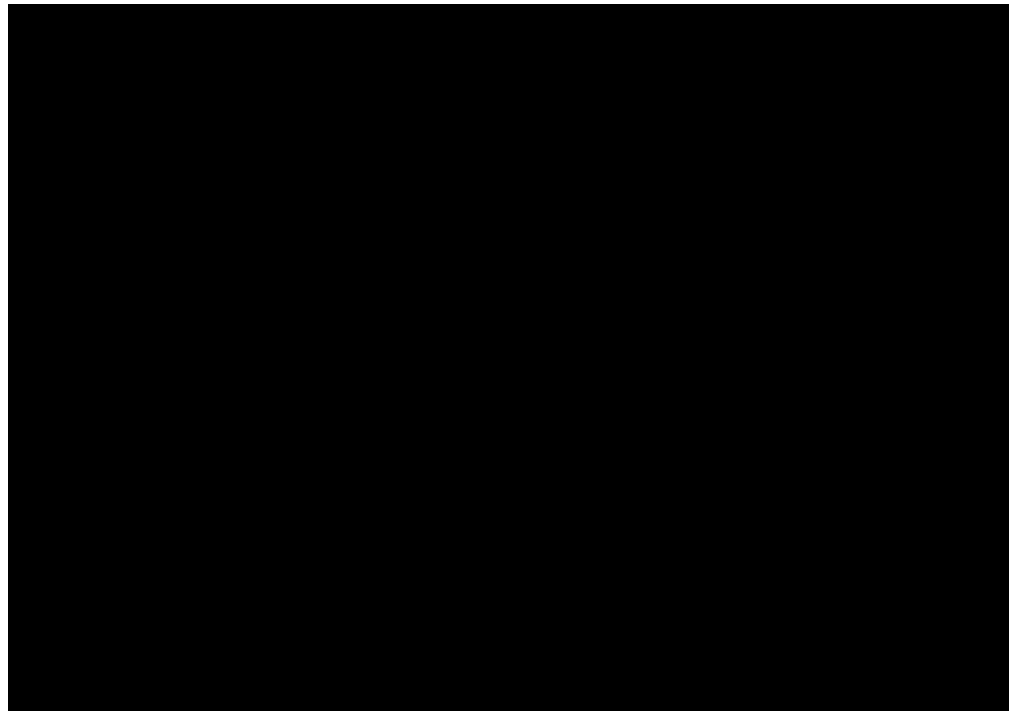
## 7.2.2.5 Markkinaosuudet tuotenippujen markkinoilla

- 203 Virasto on arvioinut markkinaosuuksia myös tuotenippujen markkinoilla. Kuten edellä markkinamäärittelyä koskevassa luvussa on kuvattu, erilaisista tuoteryhmien yhdistelmistä muodostuvat tuoteniput voivat muodostaa tietyissä tilanteissa omat relevantit tuotemarkkinansa. Tarkka tuotenippuihin liittyvä tuotemarkkinamäärittely on käsillä olevassa asiassa kuitenkin käytännössä mahdotonta toteuttaa. Tästä syystä KKV ei ole yrittänyt arvioida, mitkä tuoteyhdistelmät muodostavat omat relevantit markkinansa, vaan se on arvioinut kaikkia Parman transaktiodatassa esiintyviä tuotenippuja omina mahdollisina markkinoinaan.
- 204 KKV:lla ei ollut käytössään muiden toimijoiden kuin Parman ja Betonimestareiden transaktioaineistoja, minkä vuoksi virastolla ei ollut eri tuotenippujen kokonais- tai toimittajakohtaisia myyntimääriä, eikä se ole voinut laskea toimittajien tarkkaa markkinaosuutta tietyssä tuotenipussa. Sen sijaan virasto arvioi osapuolten nippukohtaisia markkinaosuuksia painottamalla osapuolten tuoteryhmäkohtaisia markkinaosuuksia kyseisten tuoteryhmien osuudella nipun arvosta. Tuoteryhmäkohtaisissa markkinaosuuslaskelmissa on huomioitu vain ne elementtivalmistajat, joiden valikoimassa oli kaikki tuotenipun sisältämät tuoteryhmät.
- 205 Analyysi havainnollistaa, kuinka kilpailu tuotenippujen tasolla rajaa osapuolten kanssa kilpailevien elementtivalmistajien joukkoa selvästi suppeammaksi kuin edellä esitetyissä elementtikohtaisissa laskelmissa. Analyysissä ei ole huomioitu paikallavalun tai vaihtoehtoisten materiaalien vaikutusta. Kyseiset rakennustavat tulisi mahdollisesti huomioida osassa tarkasteltuja tuotenippuja. Koska laskelman taustaoletuksena on, että markkinaosuuksiin sisällytettyjen yritysten tulee pystyä tarjoamaan kaikkia tuotenipun komponentteja, myös esimerkiksi paikallavalu tulisi kuitenkin huomioida vain siltä osin, kuin sillä pystyttäisiin SSNIP-testin tarkoittamassa mielessä korvaamaan tuotenipun kaikki komponentit.
- 206 Teräksen jännitetyille palkkielementeille ja teräsbetonille tuomaa kilpailupainetta rajoittaa lisäksi se, että teräksen käyttö kyseisiä elementtejä korvaavana runkorakenteena edellyttää tyypillisesti elementeistä rakennettavaa välipohjaa. Käytännössä teräksinen runko yhdistetään usein ontelolaatasta valmistettavaan välipohjaan. Yrityskauppa kasvattaa Parman markkinavoimaa sekä tuotenippujen että erillisten tuoteryhmien markkinoilla. Teräksen kilpailukyky runkorakenteena riippuu paitsi sen omasta hintatasosta myös ontelolaattojen hinnoista. Nostamalla ontelolaattojen erillishintoja keskittymä pys-

tyy kasvattamaan teräksestä ja ontelolaatasta koostuvan ratkaisun kokonaiskustannusta tilaajalle, mikä parantaa elementeistä koostuvan kokonaisratkaisun kilpailukykyä.<sup>70</sup>

207 KKV:n tuotenippukohtaisen tarkastelun tulokset on esitetty alla kaaviossa 4. Tuoteniput on järjestetty kaaviossa vaaka-akselilla markkinaosuuden perusteella laskevaan järjestykseen. Kaavion laskeva käyrä kuvaa aineiston ■ tuotenipun nippukohtaisten markkinaosuuksien jakaumaa.<sup>71</sup> Nouseva käyrä kuvaa kyseisten nippujen kumulatiivista osuutta Parman myynnistä. Kohdasta, jossa käyrät leikkaavat, voidaan lukea, että tuoteniput, joissa keskittymän edellä kuvatulla menetelmällä laskettu markkinaosuus oli yli ■ prosenttia, vastasivat noin ■ prosenttia Parman kokonaisymyynnistä. Vastaavasti tuoteniput, joissa Parman markkinaosuus ylitti ■ prosenttia, vastasivat ■ prosenttia Parman myyntiä. KKV on suorittanut vastaavan analyysin myös Betonimestareiden aineistolla. Tulokset ovat hyvin samankaltaisia kuin Parman aineistossa.

*Kaavio 4: Parman tuotenippujen markkinaosuuden mukaan järjestettynä sekä nippujen kumulatiivinen osuus Parman nippumyynnistä vuonna 2017*



<sup>70</sup> Asiakas voi periaatteessa valita teräsrunkoiseen rakennukseen myös paikallavalulla tehdyn välipohjaratkaisun. Viraston saamien tietojen perusteella teräsrungon ja paikallavalulla tehdyn välipohjan yhdistelmä on kuitenkin harvinainen. Teräksisen runkorakenteen keskeinen kilpailuetu on rakentamisen nopeus. Paikallavalu on puolestaan elementteihin verrattuna hidas rakennustapa, mikä kumoisi teräksellä saavutetut säästöt rakennusajassa.

<sup>71</sup> Tuotenipuiksi on tässä katsottu kaikki vähintään kahdesta tuoteryhmästä koostuvat tilaukset.

208 KKV:n selvitysten mukaan nippukohtainen markkinaosuustarkastelu ei muuta kuvaa siitä, että osapuolten markkinaosuudet ovat useilla yrityskauppaan liittyvillä tuotemarkkinoilla huomattavan korkeat. Nippukohtainen tarkastelu ei viittaa esimerkiksi siihen, että tuotteita myytäisiin yleisesti nippuina, joissa osapuolten korkeita markkinaosuuksia tietyissä elementeissä tasapainottaisivat alhaiset markkinaosuudet toisissa tuotteissa. Tässä esitetyt havainnot korkeista nippukohtaisista markkinaosuuksista toimivat siten esimerkkinä siitä, miksi ilmoittajan näkemys kaikkien elementtien sisällyttäminen samoille relevanteille tuotemarkkinoille vääristäisi merkittävästi markkinaosuustarkastelun tuloksia.

#### 7.2.2.6 Johtopäätös rakenteellisesta tarkastelusta

209 Kuten edellä on todettu, vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan erittäin suuret markkinaosuudet – 50 prosenttia tai enemmän – voivat jo sinällään olla todiste määräävästä markkina-asemasta.<sup>72</sup>

210 Keskittymän markkinaosuus nousee sekä volyymilla että kapasiteetilla mitattuna erittäin korkeaksi, yli 50 prosenttiin useilla segmenteillä: (a) ontelolaatta, (b) jännitetyt palkit ja pilarit (c) teräsbetonipalkit ja -pilarit (d) kuorilaatat<sup>73</sup> (e) TT-laatat. Kaikilla näillä segmenteillä keskittymästä tulee markkinajohtaja tai sen markkinajohtajuus vahvistuu sekä myynnin määrällä että kapasiteetilla mitattuna. Myös väliseinäelementtien markkinalla osapuolten markkinaosuus nousee lähes 40 prosenttiin.

211 Keskittymästä seuraava markkinaosuuden lisäys myynnin määrän perusteella laskettuna vaihtelee [5–20] prosentin välillä sekä kapasiteetin perusteella laskettuna [5–30] prosentin välillä edellä luetelluissa elementeissä. Viraston arvion mukaan keskittymästä seuraava markkinarakenteen muutos on näin ollen merkittävä kaikilla edellä luetelluilla segmenteillä.

212 KKV:n arvion mukaan nippukohtainen markkinaosuustarkastelu ei muuta kuvaa siitä, että osapuolten markkinaosuudet ovat useilla yrityskauppaan liittyvillä tuotemarkkinoilla huomattavan korkeat. Nippukohtainen tarkastelu ei viittaa esimerkiksi siihen, että tuotteita myytäisiin yleisesti nippuina, joissa osapuolten korkeita markkinaosuuksia tietyissä elementeissä tasapainottaisivat alhaiset markkinaosuudet toisissa tuotteissa.

213 Viraston arvion mukaan markkinan rakenteellinen tarkastelu viittaa siihen, että keskittymä on omiaan johtamaan tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen edellä kuvatuilla betonielementtien valmistuksen markkinoilla.

<sup>72</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 17.

<sup>73</sup> Kuorilaatan kapasiteettitietoja ei ollut kattavasti saatavilla.

### 7.2.3 Keskittymän kilpailijoiden vastareaktiot betonielementtituotteiden markkinalla eivät riitä ehkäisemään hinnankorotuksia

#### 7.2.3.1 Johdanto

214 Edellä kuvatusti homogeenisten tuotteiden markkinoilla yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä voi nostaa hintojaan kannattavasti, jos kilpailijat eivät kykene tai niillä ei ole kannustinta vastata tuotantomäärien laskuun tai hintojen nousuun lisäämällä omaa tuotantoaan riittävästi. Yrityskaupan arvioinnissa keskeisessä asemassa ovat keskittymän kilpailijoiden tuotantokapasiteetti sekä kyky ja kannustimet lisätä tuotantoa lyhyellä aikavälillä.

215 Yksinkertaistettuna kyse on siitä, että mikäli tietyn betonielementin hinta yrityskaupan seurauksena nousee ja keskittymän kilpailijoilla on i) vapaata kapasiteettia ja ii) kannustin laajentaa tuotantoaan, keskittymän kilpailijat siirtyvät tuottamaan kyseistä betonielementtituotetta, sillä tuotannosta on tullut kannattavampaa. Hintojen nousu markkinoilla jää tällöin lyhytaikaiseksi ilmiöksi, koska tuotantokapasiteettiaan laajentavat yritykset painavat hinnan takaisin alkuperäiselle tasolle.

216 Tästä syystä kilpailuvaikutusten arvioinnissa on tarkasteltava sekä kilpailijoiden kykyä laajentaa tuotantoa (vapaan kapasiteetin määrä) että kilpailijoiden kannustimia laajentaa tuotantoa.

#### 7.2.3.2 Kilpailijoiden kyky laajentaa tuotantoaan: kapasiteettien käyttöasteet

217 KKV on selvittänyt betonielementtitehtaiden kapasiteetin käyttöasteita vuoden 2017 osalta kuukausitasolla. Virasto on selvittänyt kapasiteetin käyttöasteet viiden suurimman Parman kilpailijan osalta. Kapasiteetin käyttöasteet tehtailla on laskettu taloudellisen maksimikapasiteetin pohjalta.<sup>74</sup>

218 KKV:n laskemat keskimääräiset kapasiteetin käyttöasteet on raportoitu alla olevaan taulukkoon 8. Kapasiteetin käyttöasteet on raportoitu sellaisten segmenttien osalta, joissa rakenteellinen tarkastelu viittasi mahdollisiin kilpailuongelmiin.

---

<sup>74</sup> Taloudellinen maksimikapasiteetti on suurin mahdollinen tuotannon taso, joka voidaan saavuttaa siten, että toiminnan muuttuvien kustannuksien rakenne ei mittavasti muutu nykytilanteeseen verraten. Käytännössä tämä tarkoittaa, että jos jollain tehtaalla on tapana järjestää tuotantoa viiden päivän mallilla, maksimikapasiteetti, johon tuotanto vertautuu, on viiden päivän aikana saavutettavissa oleva maksimituotanto.

Taulukko 8: Keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste segmenteittäin

<i>Elementtituoteryhmä</i>	<i>Keskimääräinen kapasiteetinkäyttöaste</i>	<i>Kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste</i>
<i>Väliseinät</i>	[60–70] %	
<i>TT-laatat</i>	24 %	21 %
<i>Ontelolaatta</i>	83 %	92 %
<i>Jännitetyt tuotteet (palkit ja pilarit)</i>	[50–60] %	[50–60] %
<i>Terästuotteet (palkit ja pilarit)</i>	[50–60] %	[50–60] %

- 219 KKV:n selvitykset osoittavat, että ontelolaatan osalta sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste ovat erittäin korkealla. Keskittymän kilpailijoiden kapasiteettiin perustuva yhteenlaskettu markkinaosuus on noin [40–50] prosenttia. Selvitys osoittaa, että keskittymän kilpailijoilla ei ole kykyä laajentaa tuotantoon riittävästi, että se tekisi hinnankorotuksen kannattamattomaksi.
- 220 TT-laatan osalta voidaan sen sijaan todeta, että sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste ovat varsin matalia. Keskittymän kilpailijoiden kapasiteettiin perustuva yhteenlaskettu markkinaosuus on noin [40–50] prosenttia. Kilpailijoilla on tästä syystä todennäköisesti kyky laajentaa tuotantoon siinä määrin, että se tekisi hinnankorotuksen kannattamattomaksi.
- 221 Jännitettyjen palkkien ja pilarien sekä teräsbetonisten palkkien ja pilarien osalta sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste ovat 50–60 prosentin tasolla. Jännitetyissä palkeissa ja pilareissa keskittymän kilpailijoiden kapasiteettiin perustuva yhteenlaskettu markkinaosuus on noin [40–50] prosenttia. Teräsbetonisissa palkeissa ja pilareissa vastaava luku on [40–50] prosenttia. Edellä kuvatut luvut viittaavat siihen, että kilpailijoilla on todennäköisesti kyky laajentaa tuotantoon siinä määrin, että se tekisi hinnankorotuksen kannattamattomaksi.
- 222 Väliseiniä osalta virastolla on käytössään vain ilmoittajan keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste. Virasto on tästä syystä perustanut arvionsa keskittymän kilpailijoiden keskimääräisestä kapasiteetin käyttöasteesta keskittymän käyttöasteeseen ja olettanut sen olevan samansuuntainen ([60–70] prosenttia). Väliseinissä keskittymän kilpailijoiden kapasiteettiin perustuva yhteenlaskettu markkinaosuus on noin [30–40] prosenttia. Edellä kuvatut luvut viittaavat siihen, että kilpailijoilla on todennäköisesti kyky laajentaa tuotantoon siinä määrin, että se tekisi hinnankorotuksen kannattamattomaksi.

- 223 Kuten edellä on todettu, homogeenisten tuotteiden markkinoilla yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä voi nostaa hintojaan kannattavasti, jos kilpailijat eivät kykene tai niillä ei ole kannustinta vastata tuotantomäärien laskuun tai hintojen nousuun lisäämällä omaa tuotantoaan riittävästi. Kilpailijoiden vastareaktiot ovat riittäviä kumoamaan hinnankorotuspaineen vain, jos molemmat näistä toteutuvat; kilpailijoilla on oltava sekä kyky että kannustin riittävään tuotannon lisäämiseen.
- 224 Tästä seuraa, että mikäli havaitaan, että kilpailijoilla ei ole kykyä tuotannon riittävään lisäämiseen, kannustimia ei tarvitse tarkastella erikseen. Jos kilpailijoilla on sen sijaan kyky tuotannon riittävään lisäämiseen, arvioidaan seuraavaksi sitä, onko kilpailijoilla kannustimet toimia näin.
- 225 Kuten edellä on todettu, ontelolaattaelementtejä valmistavilla kilpailijoilla ei ole kykyä tuotannon riittävään lisäämiseen, eikä tuotannon lisäämisen kannustimia ole siten tarpeen ontelolaattaelementtien osalta. Väliseinien, jännitettyjen palkkien ja pilarien ja teräsbetonisten palkkien ja pilarien osalta on sen sijaan ainakin mahdollista, että kilpailijoilla on kyky lisätä tuotantoaan riittävästi. Seuraavassa arvioidaan kilpailijoiden kannustimia tuotannon riittävään lisäämiseen näissä segmenteissä.

#### 7.2.3.3 Kilpailijoilla ei ole kannustimia laajentaa tuotantoaan riittävästi

##### 7.2.3.3.1 Kilpailijoilla ei ole ollut kannustinta laajentaa tuotantoaan ennen yrityskauppaa

- 226 Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa verrataan keskittymän jälkeisiä kilpailuedellytyksiä niihin, jotka vallitsisivat ilman keskittymää. Useimmissa tapauksissa yrityskaupan toteutumishetkellä olemassa olevat kilpailuedellytykset ovat tärkein vertailukohta arvioitaessa yrityskaupan vaikutuksia. Joissakin tapauksissa voidaan ottaa kuitenkin huomioon markkinoiden tulevat muutokset, jotka voidaan kohtuudella ennustaa.<sup>75</sup> Viraston näkemyksen mukaan nyt selvitettävänä olevassa yrityskaupassa kilpailuvaikutusten arviointi voidaan perustaa yrityskauppaa edeltäneeseen tilanteeseen.<sup>76</sup>
- 227 Arvioitaessa yrityskaupan koordinoimattomia vaikutuksia, kuten nyt selvitettävänä olevassa asiassa, kilpailun luonne markkinoilla ei muutu yrityskaupan seurauksena. Vaikka keskittymän kilpailijat todennäköisesti reagoivat yrityskauppaa seuraavaan keskittymän hinnannostoon, reaktiot perustuvat samantapaisiin kannustimiin kuin yrityskauppaa edeltäneessä tilanteessa. Keskittymä ei sellaisenaan muuta kilpailijoiden kannustimia. Tästä seuraa, että kilpailijoiden käyttäytymistä ennen yrityskauppaa voidaan pitää relevanttina

<sup>75</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 9.

<sup>76</sup> Kilpailuvaikutusten arvioinnissa KKV on kuitenkin kiinnittänyt huomiota sekä tiedossa oleviin laajentumisiin että suhdannekehitykseen.

vertailukohtana arvioitaessa kilpailijoiden kannustimia kilpailla aggressiivisesti yrityskaupan jälkeen.<sup>77</sup>

- 228 Komissio kiinnitti *Outokumpu/Inoxum*- ja *INEOS/Solvay*-yrityskaupoissa huomiota osapuolten positiivisiin katteisiin ennen yrityskauppaa. Vastaavasti komissio kiinnitti huomiota myös markkinoilla olevaan vapaaseen kapasiteettiin ja keskittymän pääkilpailijoiden vapaaseen kapasiteettiin. Komission mukaan positiiviset hinta-kustannusmarginaalit ovat ristiriidassa sen oletuksen kanssa, että markkinoilla vallitseva kilpailu olisi riittävän intensiivistä ajamaan hinnan rajakustannuksen tasolle. Koska näin ei ole tapahtunut ennen yrityskauppaa, on pidettävä epätodennäköisenä, että kilpailijat lisäisivät yrityskaupan jälkeenkään tuotantoon riittävästi keskittymän hinnankorotuksen kumoamiseksi. Positiiviset marginaalit yhdistettynä vapaan kapasiteetin olemassaoloon viittaavat komission mukaan markkinavoiman olemassaoloon keskittymää edeltäneessä tilanteessa.<sup>78</sup>
- 229 Markkinavoiman olemassaolo yrityskauppaa edeltäneessä tilanteessa on ristiriidassa sen kanssa, että kilpailuolosuhteet markkinoilla olisivat sellaiset, että kilpailijoiden vastareaktiot tekisivät keskittymän hinnannoston kannattamattomaksi Bertrand-mallin mukaisesti.<sup>79</sup>
- 230 Myös ilmoittajan katteet ovat ennen yrityskauppaa selvästi positiiviset. Viraston laskelmien mukaan vuonna 2017 Parman tehdaskohtainen, myyntitulon ja muuttuvien kustannusten välinen marginaali vaihteli ■ ja ■ prosenttien välillä ollen keskimäärin ■ prosenttia. Katetasojen perusteella Parman kilpailijoilla ei ole ollut ennen yrityskauppaakaan kannustinta nostaa tuotantoon ja käyttöasteitaan tasolle, joka olisi ajanut elementtien hintatason edes keskimääräisten muuttuvien kustannusten tasolle.
- 231 Kuten edellä on todettu, ontelolaatan osalta sekä markkinan keskimääräinen että kilpailijoiden keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste on erittäin korkealla eikä kilpailijoilla ole kykyä laajentaa tuotantoon riittävästi vastauksena keskittymän hinnannousuun.
- 232 TT-laatan, jännitettyjen palkkien ja pilareiden, väliseiniä sekä teräsbetonisten palkkien ja pilarien osalta kilpailijoilla on suhteellisen paljon vapaata kapasiteettia ja kilpailijoiden kapasiteetin käyttöasteet vastaavat koko markkinan keskimääräistä kapasiteetin käyttöastetta. Katetasojen perusteella Parman kilpailijoilla ei ole ollut ennen yrityskauppaakaan kannustinta nostaa tuotantoon ja käyttöasteitaan tasolle, joka olisi ajanut elementtien hintatason keskimääräisten muuttuvien kustannusten tasolle. Yrityskauppa ei muuta

<sup>77</sup> Asia M.6471, *Outokumpu/Inoxum* (2012), kohdat 697–698.

<sup>78</sup> Asia M.6471, *Outokumpu/Inoxum* (2012), kohdat 699–713.

<sup>79</sup> Asia M.6471, *Outokumpu/Inoxum* (2012), kohta 713; myös *Horizontal Mergers in Homogeneous Goods Industries: When Is Spare Capacity Sufficient to Offset Unilateral Effects?* (Buettner, Thomas; Cilea, Andrea & Kadar, Massimiliano, *World Competition*, 39 no. 1, 2016), s. 61.



näitä kannustimia eikä viraston tiedossa ole mitään sellaista, joka viittaisi siihen, että kilpailijat ryhtyisivät yrityskaupan seurauksena kilpailemaan aggressiivisemmin.

7.2.3.3.2 Kilpailijoiden kapasiteettirajoitteet vähentävät kilpailijoiden kannustimia laajentaa tuotantoaan riittävästi

233 Keskittymän kilpailijoiden kannustimiin laajentaa tuotantoaan vastauksena hinnannostoon vaikuttaa olennaisesti keskittymän kilpailijoiden kapasiteetin kokonaismäärä. Kilpailijoiden kapasiteetin kokonaismäärä suhteessa markkinoiden kokonaiskysyntään on merkityksellinen yrityskaupan kilpailuvaikutusten kannalta, koska BE-mallin tulos, jonka mukaan yrityskauppa johtaa hintojen nousuun, riippuu siitä, pystyvätkö kilpailijat tyydyttämään koko markkinakysynnän. Tästä syystä KKV on tarkastellut kapasiteettia myös suhteessa toteutuneeseen kysyntään. Kilpailijoiden kapasiteetti vuonna 2017 suhteessa toteutuneeseen tuoteryhmäkohtaiseen kokonaiskysyntään on esitetty alla olevassa taulukossa. Tarkastelu on rajattu niihin tuoteryhmiin, joissa osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus viittasi alustavasti mahdolliseen tehokkaan kilpailun estymiseen.

*Taulukko 9: Kilpailijoiden maksimikapasiteetti ja markkinoiden toteutunut kysyntä vuonna 2017*

<i>Elementtituoteryhmä</i>	<i>Kilpailijoiden maksimikapasiteetti</i>	<i>Toteutunut kysyntä vuonna 2017</i>
<i>Väliseinä (m<sup>2</sup>)</i>	740 000	760 000
<i>TT-laatat (m<sup>2</sup>)</i>	270 000	200 000
<i>Ontelolaatta (m<sup>2</sup>)</i>	1 290 000	2 430 000
<i>Jännitetyt palkki- ja pilari-elementit (m<sup>3</sup>)</i>	30 000	40 000
<i>Teräsbetonipalkki- ja pilari-elementit (m<sup>3</sup>)</i>	50 000	50 000

234 Tarkastelun perusteella havaitaan, että sulautumasta tulisi pivotaalinen kapasiteettijohtaja (yrityksen kilpailijat eivät yksin kykene tyydyttämään koko markkinakysyntää) seuraavilla markkinoilla: (a) ontelolaatta, (b) jännitetyt palkit ja pilarit (c) teräsbetonipalkit ja -pilarit sekä d) väliseinät.

235 Kilpailijoiden kapasiteetin riittävyttä tulisi tarkastella periaatteessa myös tuotenippujen näkökulmasta. Kapasiteetin allokoiminen eri tuotenippuihin on kuitenkin käytännössä mahdotonta. Asian arvioimisen kannalta keskeistä on kuitenkin huomata, että kilpailijoiden lukumäärä useissa osapuolten myymissä tuotenipuissa on huomattavasti alhaisempi kuin yksittäisissä tuoteryhmissä toimivien kilpailijoiden lukumäärä.

236 Kilpailijoiden yhteenlasketun maksimikapasiteetin vertaaminen markkinoiden vuotuisen kokonaiskysyntään todennäköisesti liioittelee kilpailijoiden kapasiteetin riittävyttä. BE-mallin oletuksiin kuuluu, että asiakkaat voivat vaihtaa keskittymän hinnankorotuksen seurauksena välittömästi kilpailijoille,

joilla on riittävästi tuotantokapasiteettia lisäkysynnän palvelemiseen. Käytännössä kilpailijoiden kapasiteettiin liittyy useita rajoitteita, joiden vuoksi edellä mainittu oletus on epärealistinen.

- 237 Ensinnäkin kilpaileva kapasiteetti on pääsääntöisesti jakautunut keskimäärin osapuolten tehtaita pienempiin tuotantolaitoksiin. Koska tilausten koko vaihtelee, on osa tilauksista väistämättä liian suuria osalle kilpailevista tehtaista. Toiseksi osa kilpailevasta kapasiteetista sijaitsee huomattavan kaukana alueista, joille osapuolten tuotantolaitosten myynti on keskittynyt. Kolmanneksi kysynnän ajallinen vaihtelu saattaa vaikuttaa siihen, ettei kilpailijoiden kapasiteetti ole kaikkina ajanhetkinä riittävä kokonaiskysynnän tyydyttämiseksi.<sup>80</sup>
- 238 Edellä mainittujen, kapasiteetin heterogeenisyyteen liittyvien seikkojen huomioiminen kilpailijoiden kapasiteetin riittävyttä kuvaavassa analyysissä on vaikeaa. Koska kilpailijoiden kapasiteetti on useissa tuoteryhmissä riittämätön jo vuositasen aggregaattitarkastelussa, ei kyseisten tekijöiden tarkka mallintaminen ole viraston näkemyksen mukaan välttämätöntä.

#### *Suhdanteen vaikutus kapasiteettitarkasteluun*

- 239 Vapaan kapasiteetin arvioinnissa on otettava huomioon lyhyen aikavälin suhdannemuutokset. Muutokset betoni- ja rakennusteollisuuden suhdanteessa voivat vaikuttaa merkittävästi vapaan kapasiteetin määrään. Rakennusteollisuuden noususuhdanteessa betonielementtien kysyntä kasvaa, kun laskusuhdanteessa se pienenee. Betonielementtien kysynnän lasku vapauttaa markkinalla olemassa olevaa kapasiteettia, mikä saattaa lisätä kilpailua vähentäen keskittymän markkinavoimaa.
- 240 Talonrakentaminen on ollut vahvassa kasvussa vuodesta 2015 lähtien, mutta kasvun ennustetaan hidastuvan lähitulevaisuudessa. Valtiovarainministeriön tuottaman rakennusalan suhdannetta koskevan raportin<sup>81</sup> mukaan rakentaminen kasvoi voimakkaasti vielä vuoden 2018 ensimmäisellä vuosipuoliskolla ja kasvun ennakoitiin jatkuvan vuoden loppuun asti. Koko rakentamisen tuotannon arvioidaan säilyvän lähellä nykytasoa, -1...+1 prosentin haarukassa vielä vuonna 2019, mutta lupahakemukset ovat selvässä laskussa.

---

<sup>80</sup> Virasto on verrannut Parman transaktiodatan avulla Parman tilausten keskimääräistä kokoa kilpailijoiden kapasiteettiin. Esimerkiksi teräsbetonituotteissa Parman keskimääräinen tilauskoko (■ m<sup>3</sup>) on niin suuri, että neljä kilpailijaa ei pysty tuottamaan kyseistä tilausta edes koko vuoden tuotantokapasiteetillaan. Mikäli tilaus pitää toimittaa lyhyemmässä ajassa, kuten esimerkiksi kuukauden aikana, tilauksen toimittamiseen pystyvä kilpailijoiden joukko supistuu edelleen.

<sup>81</sup> Rakentaminen 2018–2019 – Rakennusalan suhdanneryhmä.

- 241 Vaikka rakentamisen kasvun arvioidaankin hidastuvan vuonna 2019 asunto-  
tuotannon ja rakentamisen tason arvioidaan säilyvän hyvällä tasolla.<sup>82</sup> Uu-  
distuotannon volyymikasvun ennustetaan jäävän vaimeaksi tai jopa supistu-  
van vuonna 2019, mutta mikäli jo suunnitellut suurhankkeet käynnistyvät, ra-  
kentaminen saattaa nopeutua edelleen.
- 242 Rakentamisen noususuhdanne on vaikuttanut selvästi rakennustuoteteolli-  
suuteen ja varsinkin betonielementtien kysyntä on ollut runsasta rakennus-  
tuotannon painottuessa pieniin kerrostaloasuntoihin. Tuoteteollisuuden suh-  
danne on tuoteryhmittäin tarkasteltuna varsin erilainen ja vahvasti riippuvai-  
nen rakennustuotannosta. Vuoden 2018 toisen neljänneksen aikana valmis-  
betonin tuotanto väheni noin 14 prosenttia samaan aikaan kun betoniele-  
menttien valmistusmäärät kasvoivat lähes 8 prosenttia. Rakennustuoteteol-  
lisuuden tilauskanta on pysytellyt normaalia korkeammalla tasolla ja tuotan-  
non arvioidaan edelleen kasvavan. Noin neljäsosa yrityksistä on raportin mu-  
kaan indikoinut pulaa ammattityövoimasta.
- 243 Kaupan valmistelumateriaalin<sup>83</sup> betonielementtimarkkinan hieman pidem-  
mälle ulottuvan suhdanne-ennusteen mukaan [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED].
- 244 Vaikka rakentamisen ja rakentamisen tuotantoteollisuuden kasvun arvioi-  
daan hidastuvan tulevina vuosina, ei merkkejä suuresta kysynnän vähene-  
misestä ole nähtävissä. Betonielementtimarkkinan kapasiteetin käyttöasteet  
ovat tällä hetkellä normaalia korkeammalla tasolla, eikä kysynnän ennustettu  
lievä lasku riitä viraston arvion mukaan vapauttamaan lähitulevaisuudessa  
niin merkittävää määrää kapasiteettia, että kapasiteettirajoitteet poistuisivat  
relevanteilta markkinoilta.

#### *Suhdanteen vaikutus BE-mallissa*

- 245 Mikäli kapasiteetti markkinalla pysyy muuttumattomana, johtaa suhdanteen  
lasku kysynnän laskuun ja lisää vapaan kapasiteetin määrää markkinalla.  
Vapaan kapasiteetin lisäys johtaa teorian mukaan kilpailun lisääntymiseen ja  
hintojen alenemiseen markkinalla, sekä keskittymän tapahtuessa että ilman  
keskittymää. Riippumatta kysynnän tasosta, keskittymästä aiheutuva kapa-  
siteetin huomattava keskittyminen johtaa joka tapauksessa vähäisempään  
kilpailuun ja korkeampiin hintoihin verrattuna tilanteeseen, jossa yrityskaup-  
paa ei tapahdu.

<sup>82</sup> Vaikka erityisesti asuntorakentaminen on usein ylikuumentunut noususuhdanteissa ja sitten romahtanut, ei merkkejä romahduksesta ole nähtävissä, vaan todennäköisimmältä vaikuttaa maltillinen hidastuminen.

<sup>83</sup> Vastaus KKV:n tietopyyntöön, toimitettu 15 elokuuta 2018. Liite 16: [REDACTED]  
[REDACTED].

- 246 BE-mallin mukaisesti näin käy varsinkin tilanteessa, jossa sulautuma luo uuden kapasiteettijohtajan tai huomattavasti vahvistaa kapasiteettijohtajan asemaa. Tämä johtuu siitä, että sulautuma kohtaa kysynnän laskiessa vähemmän kilpailupainetta kilpailijoiltaan kuin mitä sulautuneet yritykset erillään kohtaisivat vastaavassa tilanteessa ja sulautuman ”taattu” kysyntä (eli kysyntä, jota kilpailijat eivät pysty täyttämään) lisääntyy sulautuman johdosta.
- 247 Ainoastaan kysynnän laskiessa niin paljon, että kapasiteettirajoitteet poistuvat ja kilpailijat pystyvät täyttämään koko markkinan kysynnän, kilpailutilanne markkinalla voi muuttua Bertrand-kilpailuksi. Näin olettaen, että muutkin Bertrand-mallin olettamukset täyttyvät. Hintakilpailu markkinalla olisi erittäin intensiivistä ja kaikki hinnankorotukset johtaisivat siihen, että asiakkaat siirtyisivät heti hankkimaan tuotteensa kilpailijoilta. Kilpailu johtaisi marginaalikustannuksia vastaavaan hintaan. Elleivät yritykset kyseisellä hintatasolla pystyisi kattamaan kiinteitä kustannuksiaan, ne laskisivat todennäköisesti kapasiteettiaan säästääkseen kustannuksissa. Tämän seurauksena markkinan kapasiteetti laskisi, eikä kapasiteettirajoitteiden poistuminen olisi kestävä. Näin ollen tilanne, jossa kilpailijat pystyisivät täysin poistamaan riskin hinnankorotuksesta, lienee käytännössä olematon.
- 248 Virasto on tutkinut suhdanne-ennusteita eikä pidä todennäköisenä, että suhdanne laskisi niin paljon, että ongelmat kaikilla markkinoilla poistuisivat. Nykyisellä hintatasolla kysynnän tulisi laskea esimerkiksi ontelolaattojen markkinalla jopa [40-50] prosenttia ja [10-20] prosenttia jännebetonin markkinalla, jotta kilpailijat pystyisivät täyttämään koko kysynnän.
- 249 Teräsbetonipilareiden ja -palkkien markkinalla sekä väliseinäelementtien markkinalla kysynnän tulisi laskea [0–5] prosenttia, jotta kilpailijat pystyisivät kattamaan kysynnän nykyisellä hintatasolla. TT-laattojen osalta kilpailijoiden nykyinen kapasiteetti riittäisi korvaamaan kysynnän nykyisellä hintatasolla. Myös tässä esitettyihin arvioihin kilpailijoiden kapasiteetin riittävydestä pätevät aiemmin esitetyt näkemykset kapasiteetin heterogeenisyydestä, jonka vuoksi kilpailijoiden todellinen kapasiteetti on todennäköisesti tässä esitettyä alhaisempi.
- 250 Perustuen arvioon yrityskaupan osapuolten kilpailijoiden kyvystä ja kannustimista lisätä tuotantoaan betonielementtituotteiden markkinalla, virasto arvioi, että yrityskauppa ei johda haitallisiin kilpailuvaikutuksiin väliseinäelementtien ja TT-laattaelementtien markkinoilla. Viraston arvion mukaan yrityskauppa johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen ontelolaattaelementtien, jännitettyjen palkki- ja pilarielementtien sekä teräsbetonipalkki- ja pilarielementtien markkinoilla.

#### 7.2.4 Viraston kuulemat asiakkaat huolissaan hintojen noususta

- 251 Osana yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointia KKV on kuullut betonielementtejä ostavia asiakkaita. Asiakkaiden kuuleminen perustuu keskittymän suurimmille asiakkaille lähetettyihin lausuntopyyntöihin sekä edellä jaksossa

5 kuvattuun asiakaskyselyyn. Lausunnot yrityskaupan kilpailuvaikutuksista saatiin seuraavilta keskittymän asiakkailta: YIT, NCC, Skanska, Lehto Group.

- 252 Lausunnon virastolle jättäneet keskittymän asiakkaat toivat esiin huolen kilpailun vähenemisestä. Suurin osa asiakkaista oli huolissaan hintojen noususta ainakin alueellisesti ja 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 seinäelementit).
- 253 Asiakaskyselyssä ei esitetty kysymystä keskittymän kilpailuvaikutuksista tai mahdollisuudesta hintojen nousuun. Osa kyselyyn vastanneista asiakkaista oli kuitenkin avovastauksissa ilmaissut huolensa keskittymästä seuraavasta kilpailun vähenemisestä sekä asuin- että toimitilarakentamisessa. Usean vastaajan arvion mukaan yrityskauppa voi todennäköisesti nostaa hintoja. Vastauksissa nousivat esiin huoli potentiaalisten tarjoajien määrän vähenemisestä etenkin suurissa kohteissa sekä hintatason nousu sekä asuin- että toimitilarakentamisessa.
- 254 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. Yhdessä lausunnossa tuotiin myös esiin huoli siitä, että keskittymän seurauksena markkinoilta saattaa poistua kapasiteettia.
- 255 Viraston arvion mukaan asiakkaiden huoli kilpailun vähenemisestä ja hintojen noususta markkinoilla on sellaisenaan selvä indikaatio keskittymästä seuraavista kilpailuongelmista.

## 7.2.5 Kilpailuvaikutusten kohdistuminen

### 7.2.5.1 Johdanto

- 256 Edellä jaksossa 7.2.2 kuvatusti virasto havaitsi rakenteellisen tarkastelun perusteella potentiaalisia kilpailuongelmia seuraavissa elementeissä: i) ontelolaatta; ii) väliseinät; iii) teräbetoniset palkit ja pilarit; iv) jännitetyt palkit ja pilarit; v) TT-laatta; sekä vi) kuorilaatta.
- 257 Jaksossa 7.2.3 kuvatun mukaisesti korkeista markkinaosuuksista huolimatta keskittymän kilpailijoiden vastareaktiot riittävät ehkäisemään hinnankorotukset TT-laatan markkinalla. Arvioidessaan yrityskaupan kilpailuvaikutuksia väliseinien markkinoilla kokonaisuutena virasto on kiinnittänyt huomiota siihen, että vaikka keskittymän markkinaosuus nousee verrattain korkeaksi, sen markkinaosuus jää alle 40 prosentin. Korkeahkoa markkinaosuutta tasapai-

nottaa kilpailijoiden vapaa kapasiteetti. Lisäksi virasto on kiinnittänyt arviossaan huomiota siihen, että väliseinien markkinoilla toimii lukumääräisesti selvästi suurempi joukko kilpailijoita kuin useissa muissa elementeissä. Viraston arvion mukaan yrityskauppa ei siten johda kilpailun olennaiseen estymiseen TT-laatan ja väliseinien markkinoilla.

258 Keskittymän markkinaosuus kuorilaatassa nousee verrattain korkeaksi, mutta virastolla ei ole käytössään riittäviä tietoja keskittymän kilpailijoiden vastareaktioiden arvioimiseksi. Virasto on kiinnittänyt arviossaan kuitenkin huomiota kuorilaatan ja ontelolaatan väliseen tarjonnan korvaavuuteen, jota on käsitelty edellä jaksossa 6.4.3. sekä toisaalta kuorilaatan ja paikallavalun väliseen kysynnän korvaavuuteen, jota on käsitelty edellä jaksossa 6.4.5.2. Viraston selvitysten mukaan ontelolaatan valmistuksesta on osittain mahdollista siirtyä kuorilaatan valmistukseen, jonka lisäksi kuorilaattaa on verrattain helppo korvata muottiin tehtävällä paikallavalulla. Jäljempänä selvitetyn tavoin yrityskauppa johtaa kilpailun olennaiseen estymiseen ontelolaatan markkinalla. Ilmoittajan tarjoama sitoumus kasvattaa kilpailijoiden kapasiteettia sekä ontelolaatan että kuorilaatan markkinalla, joten mahdollisia kilpailuvaikutuksia ei ole kuorilaatan osalta tarpeen tarkastella yksityiskohtaisemmin etenkin kun otetaan huomioon paikallavalun tuoma kilpailun paine kuorilaatalle.

259 Seuraavassa on kuvattu tiivistetysti yrityskaupasta seuraavien kilpailuongelmien laajuus ja kohdistuminen ontelolaattaelementtien sekä jännitettyjen ja teräsbetonisten palkkien ja pilarien markkinoihin.

260 Viraston selvitysten mukaan kaikkia ongelmallisiksi havaittuja betonielementtituotteita käytetään sekä asuin- että toimitilarakentamisessa. Yrityskaupan haitalliset kilpailuvaikutukset kohdistuvat siten sekä asuin- että toimitilarakentamiseen. Edellä jaksossa 6.4.1 kuvattu mahdollisuus hintadiskriminaatioon johtaa siihen, että keskittymällä on mahdollisuus kohdistaa hinnankorotukset asiakasryhmille, jotka eivät hinnankorotuksen seurauksena vaihda korvaaviin rakennusmateriaaleihin tai -tapoihin.

#### 7.2.5.2 Ontelolaatta

##### 7.2.5.2.1 Elementtikohtainen tarkastelu

261 Ontelolaatan markkinan kokonaiskoko on volyymin perusteella mitattuna noin 2,44 miljoonaa m<sup>2</sup>. Markkinan kokonaisarvo on noin [80–120] miljoonaa euroa.

262 Parma on ylivoimaisesti suurin ontelolaatan tuottaja (markkinaosuus [50–60] prosenttia myynnin määrällä ja [50–60] prosenttia kapasiteetin perusteella mitattuna). TMB:n markkinaosuus on myynnin määrällä mitattuna [5–10] prosenttia ja [5–10] prosenttia markkinan kokonaiskapasiteetista. Yrityskaupan seurauksena sulautuman yhteenlaskettu markkinaosuus myydyin määrän

perusteella nousisi [50–60] prosenttiin. Markkinan toiseksi suurimman toimijan markkinaosuus on alle puolet Parman markkinaosuudesta ja muiden kolmen toimijan markkinaosuudet ovat alle 10 prosenttia.

- 263 KKV:n selvitykset osoittavat, että ontelolaatan osalta sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin käyttöaste (83 prosenttia) että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste (92 prosenttia) ovat erittäin korkealla. Selvitys osoittaa, että keskittymän kilpailijoilla ei ole kykyä laajentaa tuotantoon riittävästi<sup>84</sup>, että se tekisi hinnankorotuksen kannattamattomaksi. Nykyisellä hintatasolla kysynnän tulisi laskea esimerkiksi ontelolaattojen markkinalla jopa [40–50] prosenttia, jotta kilpailijat pystyisivät täyttämään koko kysynnän.
- 264 KKV katsoo arvionaan, että yrityskauppa johtaa määräävän markkina-aseman syntymiseen tai vahvistumiseen ja tehokkaan kilpailun olennaiseen esymiseen ontelolaattaelementtien valmistuksessa ja myynnissä.

#### 7.2.5.2.2 Vaihtoehtoinen rakenteellinen tarkastelu

- 265 Edellä jaksossa 6.4.5.2 esitetysti virasto on havainnut viitteitä siitä, että paikallavalua voidaan pitää jossain määrin korvaavana tuotteena ontelolaattaelementeille. Virasto on tästä syystä tarkastellut erikseen sitä, miten paikallavalun sisällyttäminen markkinaan vaikuttaisi keskittymän markkinaosuuksiin.
- 266 Kuten edellä on kuvattu, paikallavalun ontelolaattaelementeille tuoma kilpailupaine rajoittuu vain osaan markkinasta. Viraston selvitysten mukaan ontelolaatan ja paikallavalun keskinäistä korvaavuutta voidaan ajatella jatkumona, jonka toisessa päässä sijaitsevat kohteet, joissa asiakas ei vaihtaisi SSNIP-testin tarkoittaman ontelolaattojen hinnankorotuksen seurauksena ontelolaattoja paikallavaluun (segmentti A) ja toisessa päässä hankkeet, joissa paikallavalua ei korvattaisi ontelolaatoilla (segmentti C). Näiden rakennustyyppien väliin jää joukko kohteita, joissa vaihtaminen olisi kannattavaa SSNIP-testin tarkoittaman 5–10 prosentin hinnankorotuksen seurauksena (segmentti B). Ainoastaan segmentissä B relevantin tuotemarkkinan voidaan katsoa sisältävän sekä ontelolaatan että paikallavalun.
- 267 KKV:n käytössä olevien tietojen perusteella ei ole mahdollista arvioida, kuinka suuria edellä kuvatut segmentit A, B ja C ovat, tai sitä, miten elementtivalmistajien ja paikallavalun myynti on jakautunut kyseisille segmenteille. Tästä johtuen virasto on sisällyttänyt alla olevissa vaihtoehtoisissa markkinaosuuslaskelmissaan kaiken ontelolaattatuotannon ja paikallavalun samoille relevanteille tuotemarkkinoille.
- 268 Aggregaattitason tarkasteluun perustuva laskentatapa yliarvioi paikallavalun ontelolaatalle tuomaa kilpailupainetta segmentissä A, koska paikallavalu ei

<sup>84</sup> Kilpailijoiden maksimikapasiteetti on 1.290.000 m<sup>2</sup> ja toteutunut kysyntä vuonna 2017 oli 2.430.000 m<sup>2</sup>.

korvaa ontelolaattoja kyseisissä rakennushankkeissa. Segmentissä B viraston käyttämä laskentatapa voi joko yli- tai aliarvioida paikallavalun ontelolaa- talle tuomaa kilpailupainetta. Virheen suunta riippuu siitä, miten paikallavalun tuotanto on tosiasiassa jakautunut segmenttien B ja C välille. Kaiken kaikkiaan viraston laskentatavan voidaan kuitenkin katsoa yliarvioivan paikallava- lun merkitystä, koska se sisällyttää relevanteille markkinoille myös segment- tiin C kohdistuneen paikallavalun, joka ei todellisuudessa kilpaile ontelolaa- tan kanssa. Koska keskittymän markkinaosuus muodostuu yrityskaupan vuoksi korkeaksi tästä huolimatta, ei segmenttien tarkkarajainen tunnistami- nen asiassa ole välttämätöntä.

269 Perinteinen markkinaosuustarkastelu yliarvioi paikallavalun ontelolaatalle tuomaa kilpailupainetta myös siksi, että se antaa kummallekin rakentamista- valle saman painoarvon huolimatta tuotteiden merkittävistä eroavaisuuksista. Siinäkin tapauksessa, että ontelolaatta ja paikallavalu sisällytettäisiin yksinkertaisuuden vuoksi markkinaosuuslaskelmia varten samoille relevan- teille tuotemarkkinoille, analyysin tuloksia tulkittaessa on huomioitava, että kyseessä ovat erilaistetut tuotteet. Ontelolaattojen ja paikallavalun välisten, edellä käsiteltyjen eroavaisuuksien vuoksi kahden elementtivalmistajan vä- listä kilpailupainetta voidaan lähtökohtaisesti pitää suurempana kuin ele- menttivalmistajan ja paikallavalua tarjoavan yrityksen välistä kilpailupainetta.

270

[REDACTED]

271 Viraston vaihtoehtoinen markkinaosuuslaskelma perustuu ilmoittajan toimit- tamaan laskelmaan paikallavalun ja ontelolaattojen osuuksista asuinkerros- taloissa. Laskelma pohjautuu Forecon Oy:n tuottamaan tilastoon eri runko- rakenteiden markkinaosuuksista uudisrakentamisessa vuosina 2000–2017. Laskelman mukaan paikallavalun osuus asuinkerrostalojen välipohjaraken- teena oli vuonna 2017 tuotantomäärän perusteella laskettuna 25,6 prosenttia ja ontelolaatan vastaava osuus on 74,4 prosenttia.<sup>85</sup> Vastaavaa laskelmaa ei ole mahdollista tuottaa toimitilat tuotannon osalta johtuen toimitilarakentami- sen heterogeenisyydestä. Kuten edellä jaksossa 6.4.5.2 on kuvattu, viraston selvitysten mukaan paikallavalun rooli toimitilarakentamisessa on erittäin

<sup>85</sup> Forecon Oy:n alkuperäinen tilasto käsittelee pääasiallista runkomateriaalia, eikä ota kantaa siihen millä raken- tamistavalla holvit on tehty. Paikallavalurunkoisessa talossa ei kuitenkaan käytetä ontelolaattaholvia, kun taas betonielementtirunkoisessa talossa saattaa kuitenkin olla muu holviratkaisu kuin ontelolaatta. Laskelma ei ota tätä huomioon. Laskelman yksinkertaistusten vuoksi sen perusteella ei ole mahdollista myöskään arvioida sitä, kuinka suuri osa laskelman mukaisista paikallavaluvälipohjarakenteista on sellaisia korkeita tai monimuotoisia asuinker- rstaloja, joissa ontelolaattaa ei olisi voinut käyttää lainkaan.



pieni, eikä paikallavalun huomioiminen toimitilarakentamisessa siten todennäköisesti vaikuttaisi merkittävästi keskittymän markkinaosuuksiin.

- 272 Mikäli paikallavalutuotanto otetaan mukaan ontelolaattaelementtien markkinaosuustarkasteluun, keskittymän markkinaosuus olisi asuintuotannon segmentillä [40–50] prosenttia ja toimitilatuotannon segmentillä [50–60] prosenttia. Jopa laajimmalla mahdollisella markkinamäärittelyllä keskittymän markkinaosuus nousee siten erittäin korkeaksi.
- 273 Edellä esitetyllä tavalla perinteinen markkinaosuustarkastelu yliarvioi viraston käsityksen mukaan paikallavalun ontelolaatalle tuomaa kilpailupainetta, sillä se ei ota huomioon, että kyseessä on huomattavan erilaiset tuotteet. Ontelolaattojen ja paikallavalun välisten, edellä käsiteltyjen eroavaisuuksien vuoksi kahden elementtivalmistajan välistä kilpailupainetta voidaan lähtökohteisesti pitää suurempana kuin elementtivalmistajan ja paikallavalua tarjoavan yrityksen välistä kilpailupainetta.
- 274 Vaihtoehtoinen markkinaosuustarkastelu ei siten muuta viraston johtopäätöstä siitä, että yrityskauppa johtaa määräävän markkina-aseman syntymiseen tai vahvistumiseen ja tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen ontelolaattaelementtien valmistuksessa ja myynnissä.

#### 7.2.5.3 Jännitetyt palkit ja pilarit

- 275 Jännitettyjen palkkien ja pilarien markkinan kokonaiskoko on volyymin perusteella mitattuna noin 40.000 m<sup>3</sup>. Markkinan kokonaisarvo on noin [20–25] miljoonaa euroa.
- 276 Parma on markkinoiden suurin ja TMB markkinoiden toiseksi suurin toimija. Parman markkinaosuus myynnin määrällä mitattuna on [40–50] prosenttia ja kapasiteetin perusteella [30–40] prosenttia. TMB:n markkinaosuus myynnin määrän perusteella on [10–20] prosenttia ja kapasiteetin perusteella [10–20] prosenttia.
- 277 Yrityskaupan seurauksena keskittymän markkina-asema vahvistuisi huomattavasti ja keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus nousisi myynnin määrän perusteella laskettuna [50–60] prosenttiin. Markkinalle jää yrityskaupan jälkeen osapuolten lisäksi vain viisi toimijaa, joista suurimman markkinaosuus kapasiteetin perusteella on alle kolmasosa keskittymän markkinaosuudesta.
- 278 Sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste ovat tällä hetkellä [50–60] prosenttia. Viraston selvitykset osoittavat, että vaikka keskittymän kilpailijoilla olisi todennäköisesti kykyä laajentaa tuotantoaan riittävästi vastauksena keskittymän hinnankorotukseen, kilpailijoilla ei ole kuitenkaan kannustimia toimia näin. Nykyisellä hintatasolla kysynnän tulisi laskea [10–20] prosenttia, jotta kilpailijat pystyisivät täyttämään koko kysynnän.

- 279 KKV katsoo arvionaan, että yrityskauppa johtaa määräävän markkina-ase-  
man syntymiseen tai vahvistumiseen ja tehokkaan kilpailun olennaiseen es-  
tymiseen jännitettyjen palkkien ja pilarien valmistuksessa ja myynnissä.
- 280 KKV:n selvitysten perusteella jännitettyjen palkkien ja pilarien sekä teräsrunko-  
elementtien välinen kilpailupaine vaihtelee merkittävästi käyttökohteesta  
riippuen. Lähtökohtaisesti asuntotuotannossa ei käytetä terästä lainkaan,  
minkä lisäksi toimitilarakentamisessakin vaihtamisen todennäköisyys vaihte-  
lee voimakkaasti eri rakennustyyppien välillä. Valinta betonielementti- ja te-  
räsrungon välillä riippuu paljon käyttökohteesta ja sen tarpeista.
- 281 Saatavilla olevien tietojen puutteellisuuden vuoksi virasto ei ole voinut tehdä  
jännitettyjen ja teräsbetonisten palkkien ja pilareiden osalta täydentävää  
markkinaosuustarkastelua edes karkealla tasolla siten, että teräsrunkora-  
kenteet olisi laskettu samalle markkinalle betonielementtirunkojen kanssa.
- 282 Viraston arvion mukaan teräksen tuottama rajallinen kilpailupaine ei muuta  
viraston johtopäätöstä siitä, että yrityskauppa johtaa määräävän markkina-  
aseman syntymiseen tai vahvistumiseen ja tehokkaan kilpailun olennaiseen  
estymiseen jännitettyjen palkkien ja pilarien valmistuksessa ja myynnissä.

#### 7.2.5.4 Teräsbetoniset palkit ja pilarit

- 283 Teräsbetonisten palkkien ja pilarien markkinan kokonaiskoko on volyymin  
perusteella mitattuna noin 50 000 m<sup>3</sup>. Markkinan kokonaisarvo on noin [40–  
50] miljoonaa euroa.
- 284 Teräsbetonisten palkkien ja -pilareiden markkinoilla on useita toimijoita mutta  
Parma on markkinoiden ylivoimaisesti suurin toimija ja TMB markkinoiden  
toiseksi suurin toimija. Parman markkinaosuus myynnin määrällä mitattuna  
on [30–40] prosenttia ja kapasiteetin perusteella [20–30] prosenttia.<sup>86</sup> TMB:n  
markkinaosuus myynnin määrän perusteella on [20–30] prosenttia ja kapa-  
siteetin perustella [10–20] prosenttia.
- 285 Yrityskaupan seurauksena keskittymän markkina-asema tulisi vahvistumaan  
huomattavasti ja keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus nousisi myyn-  
nin määrän perusteella laskettuna [50–60] prosenttiin. Laskelma aliarvioi  
keskittymän markkinaosuuden, sillä osa teräsbetonielementtien valmistajista  
tuottaa ainoastaan niin sanottuja pieniä teräsbetonipalkkeja ja -pilareita, eikä  
niiden ole edes mahdollista laajentaa suurempien runkorakenteissa käytet-  
tävien teräsbetonipalkkien ja -pilareiden valmistamiseen.

---

<sup>86</sup> KKV:n selvitysten mukaan luvut todennäköisesti aliarvioivat Parman markkinaosuutta koska osa teräsbetonielementtien valmistajista tuottaa ainoastaan niin sanottuja pieniä teräsbetonipalkkeja. Näiden toimijoiden ei ole edes mahdollista laajentaa suruempien runkorakenteissa käytettävien teräsbetonipalkkien ja -pilareiden valmistamiseen.

- 286 Sekä markkinan keskimääräinen kapasiteetin että keskittymän kilpailijoiden keskimääräinen käyttöaste ovat tällä hetkellä [50–60] prosenttia. Viraston selvitykset osoittavat, että vaikka keskittymän kilpailijoilla olisi todennäköisesti kykyä laajentaa tuotantoaan riittävästi vastauksena keskittymän hinnankorotukseen, kilpailijoilla ei ole kuitenkaan kannustimia toimia näin.
- 287 Mitä edellä kappaleissa 280–282 on todettu teräksen roolista jännitettyjen palkkien ja pilarien markkinaaan, koskee soveltuvin osin myös teräsbetonisia palkkeja ja pilareita.
- 288 KKV katsoo arvionaan, että yrityskauppa johtaa määräävän markkina-aseman syntymiseen tai vahvistumiseen ja tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen teräsbetonisten palkkien ja pilarien valmistuksessa ja myynnissä.

## 7.2.6 Tasapainottavat tekijät

### 7.2.6.1 Johdanto

- 289 Yrityskaupan seurauksena keskittymälle syntyvä huomattavakaan markkina-voima ei välttämättä johda tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen, jos voidaan osoittaa tekijöitä, jotka tehokkaasti tasapainottavat keskittymän aiheuttamia kilpailunvastaisia vaikutuksia. KKV on arvioinut yrityskaupan tasapainottavina tekijöinä alalle tuloa ja potentiaalista kilpailua sekä tilaajien ostajavoimaa.

### 7.2.6.2 Markkinoille tulo ja potentiaalinen kilpailu

- 290 Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa otetaan huomioon olemassa olevan kilpailun lisäksi potentiaalisten kilpailijoiden aiheuttama kilpailupaine. Tällöin huomio kiinnitetään siihen, millaisia mahdollisuuksia muilla kuin markkinoilla jo toimivilla yrityksillä on kohtuullisen lyhyellä aikavälillä ryhtyä kilpailemaan keskittymän kanssa. Kun alalle tulo on riittävän helppoa, sulautuma ei todennäköisesti luo merkittävää kilpailunvastaista riskiä. Jotta markkinoille tuloa voitaisiin pitää riittävänä sulautuman osapuoliin kohdistuvana kilpailupaineena, on osoitettava, että markkinoille tulo on todennäköistä, oikea-aikaista ja riittävän laajaa ehkäisemään tai kumoamaan keskittymän mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset.<sup>87</sup>
- 291 KKV:n ja komission käytännön mukaan alalle tulon on ensinnäkin oltava *todennäköistä*. Pelkkä alalle tulon potentiaalinen mahdollisuus ei ole riittävää poistamaan keskittymästä seuraavaa kilpailun vähenemistä.<sup>88</sup> Alalle tulon todennäköisyys edellyttää, että mahdollisilla alalle tulevilla yrityksillä on sekä kyky että kannustin tulla markkinoille keskittymän jälkeen. Toiseksi alalle tu-

<sup>87</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 68.

<sup>88</sup> Ks. esim. asia T-342/07 *Ryanair v komissio*, 6.7.2010, kohdat 238–239.

lon on oltava *oikea-aikaista*. Komission horisontaalisten sulautumien arviointia koskevilla suuntaviivoissa markkinoille tulo katsotaan oikea-aikaiseksi yleensä ainoastaan silloin, kun se tapahtuu kahden vuoden kuluessa.<sup>89</sup> Kolmas edellytys on, että alalle tulo on *riittävän laajaa ja tehokasta* ehkäisemään tai kumoamaan sulautuman mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset. Alalle tulo vain markkinoiden kapealle osalle ei useinkaan ole riittävää kumoamaan keskittymän aikaansaamat kilpailunvastaiset vaikutukset.<sup>90</sup>

- 292 Ilmoittajan mukaan betonielementtituotteiden markkinoille tuloon ei ole erityistä kynnystä. Soveltuvia tontteja, teollisuustiloja ja laitteistoja on saatavilla markkinoilta ja uusi toimija kykenee aloittamaan tuotannon nopeasti. Koneellistetun modernin betonitehtaan perustamisen vaatimien laitteiden hankinta vaatii jossain määrin laiteinvestointeja, jotka eivät kuitenkaan toimi markkinoille tulon tai laajentumisen esteenä.
- 293 Ilmoittajan mukaan markkinoilla olevien toimijoiden olisi myös helppoa laajentaa olemassa olevaa valmistuskapasiteettiaan ja betonielementtien tuotantoa nopeassa aikataulussa. Tuotannon laajentaminen erityisesti ns. perustuotteissa, kuten ontelolaatoissa on helppoa. Esimerkiksi Lujabetoni on keväällä 2018 julkisesti ilmoittanut rakentavansa Järvenpäähän Suomen suurimman betonielementtitehtaan, joka on tuotantotoiminnassa jo vuoden 2018 kuluessa. Ilmoittajan mukaan useat modernit betonielementtitehtaat ovat lisäksi niin sanottuja monituotetehtaita ja niissä on monituotelinjoja, mikä mahdollistaa tuotannon vaihtamisen verrattain helposti esimerkiksi erilaisten laattojen välillä. Jännebetonilinjoilla on pienin muutoksin valmistettavissa kaikenlaisia esijännitetyjä tuotteita (ontelolaattoja, kuorilaattoja ja jännebetonipalkkeja).
- 294 Kuten edellä jaksossa 6.4.3 on todettu, eri elementtituotteiden välillä on vain rajallisesti tarjonnan korvattavuutta eikä sen aiheuttama kilpailupaineen lisääys viraston arvion mukaan ole siinä määrin välitöntä ja merkittävää, että eri elementtien voitaisiin katsoa kuuluvan samoille relevanteille markkinoille. Sen sijaan virasto on ottanut potentiaalisen kilpailun arvioinnissa huomioon mahdollisuuden laajentaa tuotantoa elementistä toiseen.
- 295 Tältä osin on huomattava, että potentiaalisen kilpailun arvioinnissa tarkastelu keskittyy kilpailijoiden kykyyn kasvattaa tämänhetkistä tuotantokapasiteettiaan investoimalla uusiin tuotantolinjoihin ja tehtaisiin. Edellä jaksossa 7.2.3 on yksityiskohtaisesti käsitelty kilpailijoiden kykyä ja kannustimia vastata keskittymän hinnankorotukseen lisäämällä tuotantoaan vapaana olevan kapasiteetin puitteissa.

<sup>89</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 74.

<sup>90</sup> Ks. esim. komission päätös asiassa M.2176 – *K+S/Solvay/JV*, kohdat 45–47.

## 7.2.6.2.1 Alalle tulon esteiden tarkastelu

- 296 Viraston selvitysten mukaan betonielementtien valmistus on pääomavaltainen ala, joka vaatii mittavia investointeja tehdaskiinteistöihin, koneisiin ja laitteisiin. Viraston selvitysten mukaan erityisesti tuotantokäyttöön soveltuvien kiinteistöjen saatavuus on merkittävä ongelma. Investointikustannukset ovat merkittävät mutta viraston kuulemat markkinatoimijat eivät pitäneet niitä poikkeuksellisen korkeina.
- 297 Virasto on arviossaan kiinnittänyt huomiota myös työvoiman saatavuuteen. Vaikka selvityksissä on käynyt ilmi, että uuden tehtaan perustamisen yhteydessä haasteeksi muodostuu alan työvoimavaltaisuus. Betonielementtitehdas vaatii toimiakseen ammattitaitoista työvoimaa, jonka saatavuudesta on usean viraston kuuleman markkinatoimijan lausuntojen mukaan pulaa.
- 298 Virasto on arviossaan kiinnittänyt huomiota myös kausisopimusten merkitykseen. Viraston selvitysten mukaan kausisopimuksia solmitaan käytännössä ainoastaan asuntotuotannossa ja ne koskevat erityisesti ontelolaattaa ja väliseiniä.<sup>91</sup> Viraston selvitysten mukaan asiakkaat, joilla on kausisopimus tietystä elementistä, hankkivat vaihtelevan määrän ostoistaan kausisopimusten kautta. Korkeimmillaan osuudet olivat ontelolaatan ostoissa, joista keskimäärin 91 prosenttia tehtiin kausisopimusten kautta, ja matalimmillaan julkisivuelementtien ja parvekelaattojen ostoissa, joista keskimäärin 73 prosenttia tehtiin kausisopimusten puitteissa
- 299 Kausisopimusasiakkaat ovat suuria rakennusliikkeitä ja kausisopimus edellyttää, että betonielementtitoimittaja kykenee tuottamaan suuria määriä kausisopimuksen piirissä olevia elementtejä. Kausisopimuksista pystyvät siten kilpailemaan vain suuret toimijat.<sup>92</sup> Viraston selvitysten mukaan kausisopimusten merkitys etenkin ontelolaatan tuotannossa nostaa alalle tulon kynnystä, kun huomattava osa markkinan kokonaiskysynnästä on vain suurimpien toimijoiden saavutettavissa.
- 300 Viraston selvitysten mukaan suurin osa betonielementtivalmistajista tuottaa vain pientä osaa kaikista eri elementeistä. Keskittymän lisäksi vain Lujabetoni, Betset ja Ansion Sementtivalimo<sup>93</sup> ovat läsnä kaikissa tuotesegmenteissä.<sup>94</sup> Huomattava osa kilpailijoista tuottaa vain muutamaa tuotetta.

<sup>91</sup> Vastaajista 26 prosenttia ilmoitti, että heillä oli käytössään kausisopimuksia ja näistä kaikki toimivat asuntotuotannossa.

<sup>92</sup> Viraston asiakaskyselyn mukaan kausisopimukseen pyydettiin tarjouksia esimerkiksi ontelolaatassa keskimäärin 2,4 toimijalta ja saatiin 1,6 toimijalta.

<sup>93</sup> Ansion Sementtivalimo ei valmista TT-laattaa.

<sup>94</sup> Lisäksi suhteellisen laaja tuotevalikoima on muun muassa SBS Betoni Oy:llä ja Pielisen Betoni Oy:llä. Pielisen Betoni ei kuitenkaan valmista sisäkuorielementtejä eikä perustuselementtejä. SBS Betonin valikoimista puuttuvat TT-laatat, ontelolaatat sekä teräsbetonipalkit ja -pilarit.

301 Kuten edellä jaksossa 6.4.4 on kuvattu, viraston selvitysten mukaan erityisesti toimitilarakentamisessa rakennusliikkeet suosivat jossain määrin toimittajia, jotka pystyvät tuottamaan laajempaa valikoimaa eri elementtejä. Viraston selvitysten mukaan rajallinen tuotevalikoima rajoittaa näin ollen pienempien toimijoiden mahdollisuuksia laajentaa toimintaansa suuriin projekteihin. Vastaavasti, monien keskittymän kilpailijoiden kapasiteetit eri elementeissä ovat varsin rajalliset, mikä estää niitä tarjoamasta suurempiin kilpailutuksiin, joissa edellytetään huomattavia volyymejä.

#### 7.2.6.2.2 Alihankinta ei mahdollista laajentumista

302 Ilmoittajan mukaan alihankinnan mahdollisuus edesauttaa markkinoille tuloa ja laajentumista, sillä kilpailijat, joilla on käytössään vain rajallinen kapasiteetti tai jotka tuottavat vain osaa betonielementeistä, kykenevät kilpailemaan suurista toimituksista käyttämällä alihankkijoita.

303 Viraston selvitysten mukaan alihankinnan merkitys betonielementtien myynnissä on kuitenkin varsin rajallinen. Ilmoittajan ja kohteen transaktiodatojen perusteella muille Betoniteollisuus ry:n jäsenille tuotetun alihankinnan osuus Parman myynnistä vuosina 2015–2018 oli yhteensä [alle 1] prosenttia. Vastaava osuus Betonimestareiden myynnistä oli [alle 1] prosenttia. Betoniteollisuuden vuositilaston perusteella alihankinnan osuus koko markkinasta oli 8 prosenttia. Viraston selvitysten mukaan toteutunut alihankinta on kuitenkin lähinnä suurten toimijoiden ostoja muilta: osapuolten osuus kaikesta alihankinnasta [60–70] prosenttia, Betsetin [20–30] prosenttia.

304 Aineisto viittaa näin ollen siihen, että keskittymän kilpailijat eivät juurikaan osta alihankintaa etenkin suurilta toimijoilta eivätkä myöskään kykene alihankinnan avulla laajentamaan toimintaansa volyymitään suuriin toimituksiin.

305 Arvioitaessa laajentumista alihankinnan avulla on myös otettava huomioon, että alihankinnan avulla tarjottu tuotanto on hinnoittelultaan lähtökohtaisesti vähemmän kilpailukykyistä kuin oma tuotanto. Tämä johtuu siitä, että alihankintaan liittyy ylimääräinen kustannus tuotteen valmistajan periessä tuotteesta oman marginaalinsa.

306 Lisäksi virasto on kiinnittänyt huomiota siihen, että keskittymällä on mahdollisuus rajoittaa kilpailijoidensa alihankintaa. Kieltäytymällä tarjoamasta alihankintaa tai hinnoittelemalla se kilpailukyvyttömäksi keskittymällä on kannustin ja mahdollisuus tehokkaasti rajoittaa keskisuurten ja pienten kilpailijoiden mahdollisuutta tarjota suurempia kokonaisuuksia.

#### 7.2.6.2.3 Ei historiallista alalle tuloa eikä laajentumista tuoteryhmien välillä

- 307 Virasto on selvittänyt aiempaa alalle tuloa betonielementtien markkinalle sekä sitä missä määrin olemassa olevat kilpailijat ovat aiemmin laajentaneet tuotantoaan uusiin tuoteryhmiin. Viraston selvitysten mukaan merkityksellistä uutta alalle tuloa betonielementtien valmistukseen ei ole tapahtunut vuosina 2015–2017 vaikka betonielementtien kysyntä ja hintataso ovat nousseet. Betonielementtien kysyntä on kasvanut tasaisesti vuodesta 2014 lähtien ja ollut korkeimmillaan vuoden 2018 alkuvuoden aikana.<sup>95</sup> Viraston selvitysten mukaan myöskään nykyisten kilpailijoiden mahdollisuus laajentaa tuotantoa uusiin tuoteryhmiin ei tuo merkittävää kilpailupainetta keskittymälle.
- 308 Virasto on selvittänyt aiempaa laajentumista tarkastelemalla Betoniteollisuuden vuositilastoista sitä, kuinka moni uusi toimija, jolle ei ole aiemmin kertynyt myyntiä tietystä elementistä, on aloittanut uuden elementin myynnin. Kysymystä on tarkasteltu yksikohtaisesti edellä tarjonnan korvattavuutta käsittelevässä jaksossa 6.4.3.2. Tarkastelu osoittaa, että ontelolaatoissa, TT-laatoissa ja jännitetyissä teräsbetonipalkeissa ja pilareissa ei ole vuosien 2016 ja 2017 aikana aloittanut lainkaan uusia toimijoita vaikka elementtien kysyntä ja hintataso ovat nousseet.
- 309 KKV:n arvion mukaan alalle tulon ja laajentumisen puuttuminen on jo itsessään osoitus alalle tulon esteistä.

#### 7.2.6.3 Tasapainottava neuvotteluvoima

- 310 Asiakkaiden neuvotteluvoiman arvioinnissa on kysymys siitä, onko asiakkailla niin vahva asema suhteessa keskittymään, että ne voivat rajoittaa keskittymän kilpailua estävää käyttäytymistä vaikuttamalla kauppasuhteissa käytettäviin ehtoihin. Tasapainottavaa neuvotteluvoimaa esiintyy esimerkiksi silloin, kun asiakas pystyy uskottavasti uhkaamaan siirtävänsä kohtuullisen ajan kuluessa käyttämään vaihtoehtoisia toimituslähteitä, mikäli keskittymä päättää korottaa hintoja tai muilla tavoin heikentää laatua tai toimitusehtoja. Näin voi olla esimerkiksi siitä syystä, että markkinoilla on sopivia vaihtoehtoisia toimittajia, joihin asiakas voi kohtuullisen ajan kuluessa vaihtaa, tai asiakkaalla on esimerkiksi kyky kohtuullisessa ajassa integroitua vertikaalisesti tuotantoketjun alkupään markkinoille taikka tukea toiminnan laajentamista niillä tai uuden tuottajan tuloa niille.<sup>96</sup>
- 311 Vaikka onkin todennäköisempää, että merkittävää tasapainottavaa neuvotteluvoimaa on yleisemmin suurilla, esimerkiksi huomattavaa taitotietoa omaavilla yrityksillä, kuin pienillä hajanaisella toimialalla toimivilla yrityksillä,

<sup>95</sup> Lähde: Betoniteollisuus ry:n menekki-indeksi.

<sup>96</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavälivonnasta (2011), s. 89–90; Euroopan komission suuntaviivat horizontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohdat 64–65.

asiakkaiden neuvotteluvoimaa ei voida todeta pelkästään niiden suuren koon perusteella.<sup>97</sup>

- 312 Mahdollisuus vaikuttaa omiin ehtoihin ei tarkoita, että asiakas tuottaisi keskittymästä seuraavia haitallisia kilpailuvaikutuksia tasapainottavaa neuvotteluvoimaa. Tasapainottavan neuvotteluvoiman ei voida katsoa tasoittavan riittävästi yrityskaupan kielteisiä vaikutuksia, jos se ainoastaan varmistaa, että tietty asiakasryhmä, jolla on erityistä neuvotteluvoimaa, on suojattu huomattavasti korkeammilta hinnoilta tai huonommilla ehdoilla yrityskaupan jälkeen.<sup>98</sup> Tasapainottava neuvotteluvoima on kyseessä ainoastaan silloin, kun neuvotteluvoimasta seuraavat vaikutukset kohdistuvat yhtä yritystä tai tiettyä asiakasryhmää laajemmalle.
- 313 Ei myöskään riitä, että neuvotteluvoimaa on ennen yrityskauppaa. Neuvotteluvoimaa on oltava ja sen on säilyttävä tehokkaana myös yrityskaupan jälkeen.<sup>99</sup> Talousteorian mukaan ostajat ovat jo ennen yrityskauppaa käyttäneet neuvotteluvoimaansa saadakseen edullisempia tarjouksia. Horisontaalisen yrityskaupan myötä kuitenkin myös neuvotteluvoimaa omaavien toimijoiden valinnanmahdollisuudet vähenevät, mikä johtaa hinnankorotuspaineeseen myös neuvotteluvoimaa omaaville toimijoille. Yrityskaupan kannalta onkin keskeistä tarkastella, miten ostajavoima muuttuu käsiteltävän yrityskaupan myötä.<sup>100</sup>
- 314 Ilmoittajan mukaan keskittymän asiakaskunta koostuu pääosin suurista rakennusliikkeistä, joilla on merkittävää osaamista rakentamisesta eri materiaaleilla sekä ostajavoimaa suhteessa betonielementtien toimittajiin. Ilmoittajan mukaan asiakas voi päättää, millaisen toteutuksen ja toimituksen se haluaa. Asiakkaat muun muassa jakavat välillä kokonaistoimituksen pienempiin osiin kilpailun lisäämiseksi. Asiakas voi myös päättää vaihtoehtoisen rakennustavan (paikallavalu) tai materiaalin (puu, teräs ja julkisivuissa lasi) käytöstä betonielementtien sijaan.<sup>101</sup>

<sup>97</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 90. Ks. lisäksi asiakkaan koon merkityksestä esim. komission päätös 17.12.2008 asiassa COMP/M.5046 *Friesland Foods/Campina*, kohta 276.

<sup>98</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 67.

<sup>99</sup> Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 67.

<sup>100</sup> Ks. Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 67 sekä siinä viitattu oikeuskäytäntö.

<sup>101</sup> Ilmoittajan mukaan myös KKV:n aiemmat selvitykset vahvistavat asiakkaiden neuvotteluvoiman ja mahdollisuuden jakaa urakoita pienempiin osiin, mikä mahdollistaa myös pienien toimittajien tarjoukset. Tältä osin ilmoittaja on viitannut Kilpailuviraston päätökseen asiassa Rudus/Lemminkäinen Rakennustuotteet (dnro 214/14.00.10/2012, Rudus Oy / Lemminkäinen Rakennustuotteet, 25.9.2012, kohta 95). KKV huomauttaa, että kyseinen päätös koski ensinnäkin *betonisia päällystetuotteita kuten reunakiviä*, ei betonielementtejä. Ilmoittajan siteeraamassa kohdassa, joka koskee siis betonisten päällystetuotteiden, ei betonielementtien hankintaa, todetaan seuraavasti: ”Viraston rakennusliikkeiltä, rakennusurakoitsijoilta ja julkisyhteisöiltä saamiin selvitysten perusteella yhden tuoterahyhmän puuttuminen tuotevalmistajan valikoimasta ei väistämättä tarkoita sitä, että se ei olisi vartenotettava tavarantoimittaja. Varsin monet virastolle asiasta lausuneet tahot ovat kertoneet hajauttavansa



- 315 Arvioitaessa asiakkaiden tasapainottavaa neuvotteluvoimaa on ensinnäkin huomattava, että virasto kuulemat suurimmat rakennusliikkeet, NCC, Skanska, YIT, Lehto Group suhtautuivat poikkeuksetta järjestelyyn kriittisesti ja ilmaisivat huolensa siitä, että keskittymä johtaa kilpailun merkittävään vähenemiseen sekä todennäköisesti myös hintatason nousuun. Lausuntoihin ei sisältynyt viitteitä siitä, että edes suuret rakennusliikkeet olisivat ostajavoimansa turvin suojassa hinnankorotuksista esimerkiksi hankintojen hajauttamisen tai korvaavien materiaalien käytön mahdollisuuden vuoksi. Lausuntoja on käsitelty edellä jaksossa 7.2.4.
- 316 Edellä on kuvattu yksityiskohtaisesti myös materiaalien välistä korvattavuutta 6.4.5. Viraston selvitysten mukaan materiaalien välinen korvattavuus rajoittuu paikallavalun ja ontelolaatan väliseen rajalliseen korvattavuuteen lähinnä asuntorakentamisessa sekä runkorakenteiden korvaamiseen teräksellä toimitilarakentamisessa.
- 317 Suuri osa rakennustuotannosta on kuitenkin sellaista, että betonielementtejä ei ole realistisesti mahdollista korvata muilla materiaaleilla. Esimerkiksi asuntotuotanto (kerrostalot) rakennetaan lähes täysin betonielementeistä eikä elementtejä ole mahdollista realistisesti korvata muilla materiaaleilla. Myös toimitilarakentamisessa korvaavuus rajoittuu vain tiettyihin elementteihin. Korvaavien vaihtoehtojen puuttuminen rajoittaa jo itsessään asiakkaiden neuvotteluvoimaa.
- 318 Arvioitaessa väitettä siitä, että kokonaistoimitusten jakaminen pienempiin osatoimituksiin kilpailun lisäämiseksi lisäisi asiakkaiden neuvotteluvoimaa KKV on kiinnittänyt huomiota siihen, että viraston selvitysten mukaan hankintojen hajauttaminen usealle toimijalle on jo nyt vallitseva käytäntö markkinoilla. Viraston asiakaskyselyn mukaan asuinrakentamisessa on tyypillisintä käyttää useampia betonielementtituotteiden toimittajia yhdessä projektissa. Toimitilarakentamisessa puolestaan oli vastaajien keskuudessa enemmän vaihtelua, mutta suurin osa käytti projektista riippuen yhtä tai useampaa toimittajaa.
- 319 Viraston näkemyksen mukaan alalla vallitseva käytäntö hankintojen hajauttamisesta usealle toimittajalle voi, toisin kun ilmoittaja väittää, vähentää, ei lisätä asiakkaiden neuvotteluvoimaa. Tämä on seurausta siitä, että vaihtoehtoisten toimittajien määrä vähenee yrityskaupan seurauksena voimakkaammin sellaisille asiakkaille, jotka hajauttavat hankintansa. Esimerkkinä voidaan käyttää markkinaa, jossa on neljä vaihtoehtoista toimittajaa ja asiakkaat hajauttavat hankintansa vähintään kahdelle eri toimijalle. Tällöin asiakkaalle jää vain kaksi vaihtoehtoista toimittajaa. Tämä vähentää asiakkaiden

---

säännönmukaisesti betonipäällysteiden hankintojaan eri toimijoille.” Kyseinen lainaus ei liity siten millään tavoin tasapainottavan neuvotteluvoiman käyttöön vastauksena keskittymän hintojen nostoon betonielementtien markkinalla.

neuvotteluvoimaa verrattuna tilanteeseen, jossa hankintoja ei hajautettaisi.<sup>102</sup>

- 320 Hankintojen hajauttaminen voi myös lisätä hintojen korottamisen todennäköisyyttä. Kysynnän ohjautuminen hankintojen jakamisen seurauksena keskittymän kilpailijoille saa aikaan sen, että kilpailijoilla on vähemmän kannustimia kilpailla asiakkaista aggressiivisesti. Tämä on seurausta siitä, että keskittymän kilpailijoiden ei tarvitse kilpailla asiakkaista yhtä voimakkaasti voittaakseen saman määrän kysyntää kuin sillä oli yrityskauppaa edeltäneessä tilanteessa.
- 321 KKV:n arvion mukaan betonielementtejä ostavilla asiakkailla ei ole niin merkittävää neuvotteluvoimaa, että ne voisivat rajoittaa keskittymän markkina-voiman käyttöä.

#### 7.2.6.4 Yrityskaupan tehokkuushyödyt

- 322 Huomattavia kilpailunvastaisia vaikutuksia aiheuttava yrityskauppa johtaa usein riskiin tehokkuuden heikkenemisestä. Toisaalta yrityskaupalla voi olla myös huomattavia myönteisiä vaikutuksia sen osapuolten tehokkuuteen. Yrityskaupan aikaansaamat tehokkuusedut voivat lisätä keskittymän kykyä ja kannustimia toimia kilpailua edistävällä tavalla kuluttajien hyväksi sekä näin tasapainottaa yrityskaupan mahdollisesti muutoin aikaansaamia kilpailunvastaisia vaikutuksia. Tehokkuusvaikutuksille annettava merkitys ja painotus riippuvat muun muassa siitä, kuinka merkittäviä ne ovat, miten todennäköisesti ne voidaan saavuttaa ja edistävätkö ne kilpailua asiakkaiden ja kuluttajien hyödyksi. Tehokkuusetujen tulee yleensä olla sitä merkittävämpiä, mitä huomattavampia ovat yrityskaupasta aiheutuvat kilpailunvastaiset vaikutukset.<sup>103</sup>
- 323 Yrityskaupan aikaansaamia tehokkuusetuja voivat olla muun muassa tuotannolliset tehokkuusedut, joita ovat esimerkiksi tuotantokustannusten alentuminen. Muuttuvien kustannusten tai rajakustannusten alentumiseen johtava kustannustehokkuus on tehokkuusetuja arvioitaessa tyypillisesti olennaisempi kuin kiinteiden kustannusten aleneminen, koska ensimmäisenä mainitut tehokkuusedut johtavat todennäköisemmin kuluttajien kannalta nettohyötyyn. Tehokkuusedut ovat olennaisia kilpailua koskevassa arvioinnissa, kun se ovat suoraan seurausta ilmoitetusta yrityskaupasta eikä niitä voida saavuttaa yhtä suuressa määrin vähemmän kilpailunvastaisilla vaihtoehdoilla.<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Ks. vastaavasti esim. Euroopan komission päätös asiassa M.6471/Outokumpu/Inoxum, kohta 497.

<sup>103</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 93–94; Euroopan komission suuntaviivat horizontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohdat 76–78.

<sup>104</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 94–95; Euroopan komission suuntaviivat horizontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 80 ja 85.

324 Tehokkuusetujen osoittaminen on kaupan osapuolten vastuulla ja edellyttää osapuolilta luotettavaa näyttöä odotettavissa olevista tehokkuuseduista sekä siitä, että yrityskauppa on välttämätön niiden saavuttamiseksi. Tehokkuusetuja koskevien väitteiden arvioinnissa olennaisia asiakirjoja ovat erityisesti sisäiset asiakirjat, joita yritysjohto on käyttänyt yrityskaupasta päättäessään.<sup>105</sup>

325 Yrityskauppailmoituksen mukaan yrityskaupalla saavutetaan tehokkuusetuja. [REDACTED]

326 Ilmoittajan mukaan [REDACTED]

327 Ilmoittaja on asian käsittelyn myöhemmässä vaiheessa toimittanut tarkemman selvityksen ja laskelman tehokkuushyödyistä. [REDACTED]

328 [REDACTED]

<sup>105</sup> Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta (2011), s. 95; Euroopan komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004/C 31/03), kohta 86–88.

329 Arvioidessaan ilmoittajan esittämää tehokkuuspuolustusta KKV kiinnittänyt huomiota ensinnäkin siihen, viraston arvion mukaan tekninen tehokkuuslaskelma olisi luotettavampi tapa todentaa tehokkuushyötyjä, koska [REDACTED] laskettuihin tehokkuushyötyihin voi liittyä endogeenisuutta (esimerkiksi jos tuotteita tuotetaan enemmän raaka-aineiden ollessa halvempia). KKV on kuitenkin ottanut ilmoittajan laskeman pohjaksi arvioidessaan tehokkuuspuolustusta.

330 Toiseksi virasto on kiinnittänyt huomiota ilmoittajan esittämien tehokkuushyötyjen yrityskauppakohtaisuuteen. Yrityskaupan tehokkuushyötyjen on oltava yrityskauppakohtaisia. Toisin sanoen, yrityskaupan on oltava välttämätön edellytys tehokkuushyötyjen saavuttamiselle eikä vastaavia tehokkuushyötyjä olisi saavutettavissa muilla tavoin. Tästä seuraa, että esimerkiksi [REDACTED]

[REDACTED]<sup>106</sup>

331 Esitetyt tehokkuushyödyt [REDACTED] muuttuvista kustannuksista. Viraston arvion mukaan huomattava osa ilmoittajan kuvaamista tehokkuuksista ei kuitenkaan ole yrityskauppakohtaisia eikä niitä voida siten ottaa huomioon tehokkuushyötyjen laskemassa. Viraston arvion mukaan tällaisten tehokkuushyötyjen huomioimatta jättäminen johtaa siihen, että ilmoittajan laskelmanmukaiset tehokkuushyödyt [REDACTED] muuttuvista kustannuksista. Viraston arvion mukaan [REDACTED] tehokkuushyötyjen ei voida katsoa tasapainottavan keskittymästä seuraavaa hinnankorotuspainetta riittävästi.

#### 7.2.6.5 Johtopäätös tasapainottavista tekijöistä

332 Alalle tulo otetaan yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa huomioon silloin, kun voidaan osoittaa, että markkinoille tulo on todennäköistä, oikea-aikaista ja riittävän laajaa ehkäisemään tai kumoamaan keskittymän mahdolliset kilpailunvastaiset vaikutukset. Alalle tuloa, kuten muitakin tasapainottavia tekijöitä, verrataan keskittymästä syntyviin haitallisiin vaikutuksiin. Mitä

<sup>106</sup> Viraston arvion mukaan ilmoittajan laskelmissaan esittämistä säästöistä [REDACTED]

[REDACTED] joita voitaisiin toteuttaa myös ilman yrityskauppaa.

suuremmat keskittymän kilpailunvastaiset vaikutukset ovat, sitä merkittävämpiä tasapainottavien tekijöiden tulee olla, jotta ne riittävät ehkäisemään tai kumoamaan haitalliset vaikutukset.

- 333 Kuten edellä on kuvattu, alalle tulon ja laajentumisen esteet suurten asiakkaiden markkinalle ovat korkeat. Markkinoilla ei ole nähtävissä aiempaa merkityksellistä alalle tuloa eivätkä markkinoilla jo toimivat yritykset ole laajamittaisesti laajentaneet tuotantoaan, vaikka kysyntä ja sen seurauksena hintataso ovat nousseet selvästi viimeisten vuosien aikana. Viraston tiedossa ei ole konkreettista, merkittävää alalle tuloa. Yrityskaupan seurauksena entisestään keskittynyt markkina keskittyy huomattavasti entisestään. Nämä seikat huomioiden on selvää, että alalle tulo ja potentiaalinen kilpailu eivät riitä kumoamaan keskittymästä seuraavia kilpailunvastaisia vaikutuksia.
- 334 Myös asiakkaiden neuvotteluvoima voi tasapainottaa yrityskaupan haitallisia kilpailuvaikutuksia. Tämä kuitenkin edellyttää, että asiakkailta on niin vahva asema suhteessa keskittymään, että ne voivat rajoittaa keskittymän markkinavoiman käyttöä vaikuttamalla kauppasuhteissa käytettäviin ehtoihin. Viraston selvitysten perusteella betonielementtien markkinoilla ei ole havaittavissa konkreettisia esimerkkejä neuvotteluvoiman käytöstä. Keskittymän muodostumisen myötä asiakkaiden mahdollinen neuvotteluvoima edelleen heikkenee potentiaalisten tarjoajien määrän vähentyessä.
- 335 KKV:n arvion mukaan ilmoittaja ei ole toimittanut riittävää selvitystä haitalliset vaikutukset kumoavista tehokkuuseduista eikä siitä, että yrityskauppa on välttämätön niiden saavuttamiseksi.

#### 7.2.7 Johtopäätös

- 336 Viraston arvion mukaan yrityskauppa johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen tiettyjen betonielementtituotteiden (ontelolaattaelementit, jännitetyt palkit ja pilarit sekä teräsbetonipalkit ja -pilarit) markkinoilla.

## 8 Sitoumukset

### 8.1 Osapuolten KKV:lle esittämät sitoumukset

- 337 Yrityskaupasta aiheutuvat kilpailuongelmat voidaan usein poistaa yrityskaupan toteuttamisen edellytykseksi asetettavilla ehdoilla. KKV on toimittanut 12.11.2018 yrityskaupan osapuolille muistion, joka sisälsi KKV:n alustavan arvion yrityskaupan kilpailuongelmista. Viraston arviota käytiin läpi yrityskaupan osapuolten kanssa marras-joulukuussa 2018. Vastauksena KKV:n esittämiin kilpailuongelmiin ilmoittajat toimittivat 10.1.2019 virastolle ensimmäisen ehdotuksensa sitoumuksiksi. Viraston kanssa käytyjen neuvottelujen ja asiassa suoritettujen markkinakuulemisen pohjalta Parma toimitti KKV:lle 24.1.2019 alla olevan lopullisen ehdotuksen sitoumuksiksi:

## Sitoumukset

### (A) NASTOLAN LIIKETOIMINNAN MYYNTI

- 1.1 Poistaakseen KKV:n alustavat huolenaiheet Parma sitoutuu myymään ja myötävaikuttamaan Liiketoiminnan myymiseen.
- 1.2 Liiketoiminta muodostuu Parman Nastolan tehtaasta (osoite: Elementintie 10, 15550 Nastola) ja siellä olevista tuotantolinjoista, sisältäen kaikki omaisuuserät jotka ovat välttämättömiä Myytävän Liiketoiminnan taloudellisen elinkelpoisuuden ja kilpailukyvyyn säilyttämisen kannalta, ja erityisesti seuraavat:
  - A. Nastolan kiinteistö (kiinteistötunnukset 532-406-22-397, 532-406-22-398, 532-406-22-399 ja 532-406-22-400) ja kaikki rakennukset (tehdastilat ja muut rakennukset), jotka sijaitsevat kyseisellä kiinteistöllä ("Nastolan Tehdas"), sisältäen tuotantolinjat seuraaville betonielementeille:
    - i) ontelolaatat (5 petiä, tehollinen pituus ■■■ m);
    - ii) jännitetyt betonipalkit ja pilarit (4 petiä, tehollinen pituus ■■■ m); ja
    - iii) teräsbetonipalkit ja pilarit (metallipohjainen tasomuotti ■■■■ ■■■■).
  - B. Nastolan Tehtaalla olevat koneet ja laitteet, jotka ovat välttämättömiä edellä lueteltujen tuotantolinjojen toiminnan kannalta; ja
  - C. Parman ja PeeLT Oy:n välinen ostosopimus koskien palvelujen (esim. henkilöstön) ja tuotteiden hankintaa PeeLT Oy:ltä Nastolan Tehtaalla, päivätty 10.3.2017.

Selvyyden vuoksi todetaan, että tällä hetkellä Parman tai sen yritysryhmään kuuluvien elinkeinonharjoittajien palveluksessa olevia henkilöitä ei siirry Liiketoiminnan myynnin yhteydessä, ellei tästä erikseen sovita. Nämä sitoumukset eivät velvoita Parmaa tai sen yritysryhmään kuuluvia elinkeinonharjoittajia siirtämään tai antamaan henkilöstöään vuokralle.

- 1.3 Parma sitoutuu parhaansa mukaan etsimään sopivan ostajan Liiketoiminnalle ■■■■ kuukauden kuluessa KKV:n päätöksestä asiassa KKV/788/14.00.10/2018 ("Ensimmäinen Myyntiperiodi").
- 1.4 Parma pyrkii hankkimaan PeeLT Oy:n suostumuksen edellä kohdassa 1.2.C mainitun ostosopimuksen siirtämiseen ennen myyntiprosessin aloittamista.

- 1.5 Mikäli Parma ei ole löytänyt sopivaa ostajaa Liiketoiminnalle ennen Ensimmäisen Myyntiperiodin loppua, oikeus myydä Liiketoiminta siirtyy Parman nimittämälle Riippumattomalle Asiantuntijalle (ks. jäljempänä kohta 3, "Riippumaton Asiantuntija"). Mikäli Parma on saanut Liiketoiminnan ostamista koskevan tarjouksen, Riippumattoman Asiantuntijan valtuuttamista myyntitoimenpiteisiin lykätään kunnes kaupalliset neuvottelut ostajakandidaatin kanssa on käyty loppuun, kuitenkin enintään [REDACTED] kalenteriviikolla. Mikäli oikeus myydä Liiketoiminta on siirretty Riippumattomalle Asiantuntijalle, Parma voi jatkaa ponnisteluja sopivan ostajan etsimiseksi yhdessä Riippumattoman Asiantuntijan kanssa.
- 1.6 Riippumaton Asiantuntija tekee Liiketoimintaa koskevan sitovan kauppasopimuksen ostajan kanssa [REDACTED] kuukauden kuluessa Ensimmäisen Myyntiperiodin päättymisestä ("Toinen Myyntiperiodi"). Riippumaton Asiantuntija myy Liiketoiminnan Parman kannalta parhailla saatavilla olevilla ehdoilla. Parma voi siirtää oikeuden myydä Liiketoiminta Riippumattomalle Asiantuntijalle ennen Ensimmäisen Myyntiperiodin päättymistä. Mikäli Riippumattomalle Asiantuntijalle annetaan oikeus myydä Liiketoiminta ennen Ensimmäisen Myyntiperiodin päättymistä, Ensimmäisen Myyntiperiodin jäljellä ollut aika lisätään Toiseen Myyntiperiodiin.
- 1.7 Parma sitoutuu säilyttämään ja ylläpitämään Liiketoiminnan kohdassa 1.2. mainittuja omaisuuseriä hyvän liiketavan mukaisesti kunnes Liiketoiminnan kauppa on pantu täytäntöön.
- 1.8 Liiketoiminnan ostajan on oltava Parmasta ja sen yritysryhmään kuuluvista elinkeinonharjoittajista riippumaton taho, jolla on taloudelliset resurssit, riittävä asiantuntemus ja kannustimet säilyttää ja kehittää Liiketoimintaa taloudellisesti elinkelpoisena ja aktiivisena kilpailijana Parmalle ja muille kilpailijoille.
- 1.9 KKV hyväksyy Parman ehdottaman ostajan ennen Liiketoimintaa koskevan sitovan kauppasopimuksen tekemistä. KKV voi evätä hyväksynnän vain objektiivisesti perustelluista syistä sillä perusteella, että ostaja ei täytä edellä kohdassa 1.8 asetettuja vaatimuksia. KKV:n on ilmoitettava kirjallisesti hyväksynnän epäämisestä [REDACTED] päivän kuluessa siitä, kun Parma on ilmoittanut ostajan KKV:lle, tai muutoin KKV:n on katsottava hyväksyneen ostajan.
- 1.10 Ostajan on hankittava kaikki tarvittavat luvat toimivaltaisilta viranomaisilta Liiketoiminnan hankkimiseen. Parma sitoutuu suorittamaan kaikki kohtuulliset toimenpiteet myötävaikuttaakseen soveltuviin hallinnollisiin menettelyihin, mukaan lukien Nastolan Tehtaan nykyisen ympäristöluvan (74/12/04/02, päivätty 19.4.2002, päivitetty 5.2.2009) siirtäminen ostajalle.

1.11 Parma sitoutuu, tavanomaiset rajoitukset huomioiden, olemaan aktiivisesti rekrytoimatta, ja sitoutuu osaltaan varmistamaan, että sen yritysyhtymään kuuluvat elinkeinonharjoittajat eivät aktiivisesti rekrytoi, ostajan Nastolan tehtaalla työskentelevää avainhenkilöstöä eikä PeeLT Oy:n Liiketoimintaa koskevan kaupan tekohetkellä Nastolan Tehdasta operoivaa henkilöstöä [REDACTED] vuoden kuluessa Liiketoiminnan myyntiä koskevan kauppakirjan allekirjoittamisesta.

1.12 Parma sitoutuu olemaan hankkimatta Nastolan Tehdasta tai sen osaa ostajalta tai sen tilalle tulleilta tai muilta tahoilta seuraavan [REDACTED] vuoden aikana Liiketoiminnan myyntiä koskevan kauppakirjan allekirjoittamisesta.

1.13 [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]



■ [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

## 2 RIIPPUMATON ASIANTUNTIJA

- 2.1 Parma nimittää KKV:n hyväksymän Riippumattoman Asiantuntijan valvomaan näiden sitoumusten noudattamista ja ratkaisemaan mahdolliset erimielisyydet sitoumuksia koskien.
- 2.2 Riippumattoman asiantuntijan tulee olla riippumaton Parmasta ja sen yritysryhmään kuuluvista elinkeinonharjoittajista.
- 2.3 Parma esittää Riippumattoman Asiantuntijan nimittämistä KKV:lle ■■■■■■■■■■ kuukauden kuluessa KKV:n päätöksestä asiassa KKV/788/14.00.10/2018. KKV:n on hyväksyttävä Riippumaton Asiantuntija ilman aiheutonta viivästystä. Mikäli KKV ei hyväksy Parman esittämää Riippumatonta Asiantuntijaa objektiivisten syiden perusteella, Parma voi esittää toista Riippumatonta Asiantuntijaa KKV:lle viikon kuluessa siitä, kun KKV on kirjallisesti evännyt hyväksyntänsä Riippumattoman Asiantuntijan nimittämisestä. Mikäli KKV ei hyväksy tätä toista Riippumatonta Asiantuntijaa, KKV valitsee ja nimittää Riippumattoman Asiantuntijan.
- 2.4 Mahdollisen Toisen Myyntiperiodin ajaksi Riippumattoman Asiantuntijan toimivaltaa laajennetaan kattamaan myös Liiketoiminnan myynti. Toisen Myyntiperiodin aikana Riippumattomalla Asiantuntijalla on velvollisuus suorittaa Liiketoiminnan myynti.
- 2.5 Mikäli Parma tai Riippumaton Asiantuntija eivät ole onnistuneet löytämään sopivaa ostajaa Toisen Myyntiperiodin loppuun mennessä, Riippumattoman Asiantuntijan toimivaltaa laajennetaan kattamaan Liiketoiminnan myynnin lisäksi myös näiden sitoumusten kohtien 1.14–1.18 noudattamisen valvonta.
- 2.6 Riippumattoman Asiantuntijan tulee säännöllisesti, vähintään kerran kuukaudessa, raportoida KKV:lle näiden sitoumusten täyttämistä ja niiden noudattamisesta. Tämä velvoite kattaa sekä Ensimmäisen Myyntiperiodin että Toisen Myyntiperiodin ■■■■■■■■■■. Riippumattoman Asiantuntijan on ilmoitettava KKV:lle ilman aiheutonta viivästystä, mikäli näitä sitoumuksia on rikottu.

- 2.7 Riippumattomalla Asiantuntijalla on oikeus saada Parmalta kaikki merkitykselliset ja kohtuulliset tiedot liittyen sitoumusten täyttämiseen. Parmalla on velvollisuus avustaa Riippumatonta Asiantuntijaa sen näiden sitoumusten mukaisten velvoitteiden täyttämässä.
- 2.8 Riippumattoman Asiantuntijan toimivalta päättyy Liiketoimintaa koskevan sitovan kauppasopimuksen allekirjoittamiseen, [REDACTED] tai hetkeen, jolloin Parma ilmoittaa, että Liiketoiminnan myynti [REDACTED] yritykset eivät ole onnistuneet.
- 2.9 Parma vastaa Riippumattoman Asiantuntijan kuluista ja kustannuksista.

## 8.2 Sitoumusten arviointi

- 338 KKV:n arvion mukaan kilpailu ontelolaattaelementtien, jännitettyjen palkkien ja pilareiden sekä teräsbetonipalkkien ja -pilareiden markkinoilla tulee edellä kerrotulla tavalla estymään olennaisesti yrityskaupan seurauksena. KKV katsoo, että ilman yrityskaupalle asetettavia ehtoja kauppa ei voida hyväksyä.
- 339 Yrityskaupasta aiheutuvien kilpailuhaittojen poistamiseksi yrityskaupan ilmoittaja on esittänyt KKV:lle, että se tulee edellä luvussa 8.1 tarkemmin kuvatulla tavalla myymään [REDACTED] Parman Nastolan tehtaan liiketoiminnan yhdelle ostajalle.
- 340 Viraston selvitysten mukaan Parman Nastolan tehtaan kapasiteetti riittää poistamaan keskittymästä seuraavan kapasiteettiin perustuvan markkinaosuuden lisäyksen ontelolaattaelementtien ja jännitettyjen palkkien ja pilarien osalta kokonaan sekä merkittävältä osin myös teräsbetonisten palkkien ja pilarien osalta.
- 341 KKV:n arvion mukaan ilmoittajan sitoumus divestoida Parman Nastolan tehtaan liiketoiminta poistaa siten yrityskaupan aiheuttaman kilpailun vähentymisen ongelmallisiksi havaituilla betonielementtituotteiden markkinoilla. Nastolan tehdaskokonaisuuden myynti mahdollistaa viraston arvion mukaan sen, että jokin keskittymän olemassa olevista tai potentiaalisista kilpailijoista nousee varteenotettavaksi kilpailijaksi ongelmallisten betonielementtituotteiden sekä betonielementtien kokonaistoimitusten markkinalle ja korvaa siten keskittymästä aiheutuvan kilpailun paineen poistumisen.
- 342 Virasto katsoo, että tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen ehkäiseminen ontelolaattaelementtien, jännitettyjen palkkien ja pilareiden sekä teräsbetonipalkkien ja -pilareiden markkinoilla edellyttää kuitenkin, että divestoitava Parman Nastolan tehdas siirtyy sopivalle ostajalle, jonka hoidossa siitä tulee aktiivinen ja elinkelpoinen, kilpailun painetta aiheuttava toimija.

343 Edellä kuvatuin perustein KKV katsoo, että sille esitetty sitoumuskokonaisuus riittää poistamaan yrityskaupasta muutoin aiheutuvan tehokkaan kilpailun olennaisen estymisen, ja yrityskaupan hyväksymiselle asetetuilla ehdoilla varmistetaan edellytykset kilpailullisen rakenteen syntymiselle markkinoilla.

## **9 Sovelletut säännökset**

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

## **10 Muutoksenhaku**

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

## **11 Lisätiedot**

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

Pääjohtaja

Kirsi Leivo

Apulaisjohtaja

Sanna Syrjälä