

Yrityskaupan hyväksyminen: MB Equity Fund V Ky / Experiential Marketing Invest Oy / Roof Productions Oy

Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") on 11.6.2019 ilmoitettu järjestely, jossa MB Equity Fund V Ky ("Ilmoittaja") hankkii määräysvallan Experiential Marketing Invest Oy:ssä ja Roof Productions Oy:ssä (jäljempänä yhdessä "Kohteet").

Yrityskaupan osapuolet

MB Equity Fund V Ky on MB Rahastot Oy:n ("MB Rahastot") pääomasijoitusrahasto, jonka vastuunalaisena yhtiömiehenä toimii MB Partners V Oy. MB Rahastot on yksityinen suomalainen pääomasijoittaja, joka sijoittaa eri toimialojen vakiintuneisiin liiketoimintoihin Pohjoismaissa.

Experiential Marketing Invest Oy omistaa 100 % EMG Experiential Marketing Group Oy:n ("EMG") osakkeista. EMG puolestaan omistaa 100 % **Tilaisuuksien ideointi- ja toteuttamistoimisto Tapaus Oy:n** ("Tapaus") osakkeista. Tapaus harjoittaa erilaisten yritystapahtumien järjestämistä. Tapauksen palveluvalikoimaan sisältyvät asiakastapahtumat, vaikuttaja- ja sidosryhmätapahtumat, messut ja tilasuunnittelu sekä kuluttajatapahtumat ja henkilöstötapahtumat.

Roof Productions Oy ("Roof") toteuttaa ja suunnittelee yritystapahtumia. Roofin liiketoiminta sisältää muun muassa seminaareja, asiakastilaisuuksia, festivaaleja ja henkilöstötapahtumia.

Ilmoittajan mukaan sen portfolioyhtiöistä yksikään ei harjoita kaupan Kohteiden kanssa kilpailevaa liiketoimintaa eikä toimi alihankkijana tai muuna tavaran toimittajana tapahtumatuotantoyrityksille.

Tapahtumatuotantopalvelut

Yrityskaupan arvioinnin kannalta relevantteina markkinoina voidaan Ilmoittajan mukaan tarkastella yritysten tapahtumatuotantopalveluiden markkinoita Suomessa. Ilmoittajan mukaan yritysten tapahtumatuotantopalveluilla tarkoitetaan sellaisten tapahtumien tuottamista, joita yritykset järjestävät esimerkiksi nykyisille tai potentiaalisille asiakkaille, omalle henkilöstölleen, laajemmalle kuluttajayleisölle tai muille sidosryhmille. Tällaisia tapahtumatyyppöjä ovat esimerkiksi messuosastot, tuotelanseeraukset ja -promootiot, kesäjuhlat ja pikkujoulut henkilökunnalle tai asiakkaille taikka suurten pörssiyrityiden yhtiökokoukset.

Ilmoittajan mukaan tapahtumat on mahdollista jaotella esimerkiksi

- B2B-tapahtumiin, joilla tarkoitetaan tapahtumia, jotka on suunnattu suppeammalle yrityksen asiakkaan henkilökunnasta tai yrityksen omasta henkilökunnasta muodostuvalle yleisölle; ja
- B2C-tapahtumiin, joilla tarkoitetaan tapahtumia, jotka on suunnattu laajemmalle kuluttaja-, messukävijä- tai vastaavalle yleisölle.

Maantieteelliseltä laajuudeltaan tapahtumatuotantopalveluiden markkinat ovat Ilmoittajan näkemyksen mukaan valtakunnalliset. Kohteiden asiakasyritykset ovat Suomeen sijoittautuneita toimijoita, ja erityisesti toimialan suurimmat yritykset kilpailevat asiakkaista valtakunnallisesti. Ilmoittajan mukaan Tapaus ja Roof tarjoavat molemmat yritysten tapahtumatuotantopalveluita Suomessa. Tapaus ja Roof järjestävät tapahtumia myös ulkomailla esimerkiksi messuilla, mutta tällöinkin asiakkaana on lähes aina Suomeen sijoittautunut yritys. Ilmoittaja on yrityskauppailoituksessa lisäksi toimittanut tietoja yritysten tapahtumatuotantopalveluiden markkinasta pääkaupunkiseudulla, jossa Kohteilla on päällekkäisyyksiä alueellisesti tarkasteltuna.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto on edellä esitetyn perusteella tarkastellut yrityskaupan mahdollisia vaikutuksia yritysten tapahtumatuotantopalveluiden markkinoilla Suomessa ja pääkaupunkiseudulla. Relevanttien markkinoiden täsmällinen määrittely on kuitenkin jätetty avoimeksi, koska jäljempänä ilmevin perustein yrityskaupan ei ole katsottu estävän kilpailua olennaisesti Suomen markkinoilla tai niiden olennaisella osalla.

Ilmoittaja on toimittanut KKV:lle seuraavia markkinatietoja yritysten tapahtumatuotantopalveluiden markkinoista sekä edelleen jaoteltuna yritysten B2B-tapahtumatuotantopalveluihin ja B2C-tapahtumatuotantopalveluihin Suomessa ja pääkaupunkiseudulla¹ vuonna 2018:

	Myynnin arvo ² (M €)	Tapaus	Roof
Yritysten tapahtumatuotantopalvelut Suomessa	100-150	10-20 %	5-10 %
Yritysten B2B-tapahtumatuotantopalvelut Suomessa	100-150	10-20 %	0-5 %
Yritysten B2C-tapahtumatuotantopalvelut Suomessa	20-40	10-20 %	10-20 %

¹ Ilmoittajan mukaan maantieteellinen jaottelu pääkaupunkiseudun ja valtakunnallisen alueen välillä on tehty asiakasyritysten päätoimipaikkojen perusteella. Pääkaupunkiseudun alueeksi on Tilastokeskuksen käyttämän määrittelyn mukaisesti otettu Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisen kaupungit.

² Ilmoittajan mukaan lukuun sisältyvät ainoastaan ne tapahtumat, joiden tuotannosta vastaa ulkopuolinen tapahtumajärjestäjä.

Yritysten tapahtumatuotantopalvelut pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen)	50-100	10-20 %	0-5 %
Yritysten B2B-tapahtumatuotantopalvelut pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen)	50-100	20-30 %	0-5 %
Yritysten B2C-tapahtumatuotantopalvelut pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen)	10-30	20-30 %	5-10 %

Lisäksi KKV on tarkastellut Kohteiden markkinaosuuksia Ilmoittajan toimittamien tietojen mukaisesti sisällyttäen pääkaupunkiseudun määritelmään kaikki Helsingin seutukunnan kunnat, jolloin Kohteiden yhteenlaskettu markkinaosuus olisi yritysten tapahtumatuotantopalveluissa pääkaupunkiseudulla noin 20-30 % ja pääkaupunkiseudun B2C-segmentissä noin 40-50 %.

Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

Ilmoittajan mukaan yrityskaupan Kohteilla on horisontaalisia päällekkäisyyksiä ja Kohteista Tapaus on markkinallaan suurin yritys. Roof ei kuitenkaan kuulu Tapauksen keskeisimpiin kilpailijoihin. Ilmoittajan mukaan niiden palvelutarjonta on suurelta osin toisiaan täydentävää, sillä Tapaus on suuntautunut B2B-tapahtumiin ja Roofin tarjonnassa painottuvat B2C-tapahtumat. Lisäksi Roofin tuottama lisäys Tapauksen markkinaosuuteen on Suomen tapahtumatuotantomarkkinoilla melko vähäinen. Markkinoille jää Ilmoittajan mukaan useita Roofin kokoluokkaan kuuluvia yrityksiä, jotka kilpailevat Kohteiden kanssa vastaavasti kuin aiemminkin, kuten MKTG Finland, Woltti Group, MagnumLive, Factor Nova, Lataamo ja Sisters Inc. Ilmoittajan mukaan yritysten tapahtumatuotantopalveluissa ei myöskään ole merkittäviä markkinoille tulon esteitä taikka toimittajan vaihtamiseen liittyviä kustannuksia, ja kyse on toiminnasta, jota suuret asiakasyritykset toteuttavat ainakin jonkin verran talon sisäisesti.

Roofin tuottama lisäys Tapauksen markkinaosuuteen on yleisesti ottaen pieni, poikkeuksena B2C-segmentti yllä esitetyn mukaisesti etenkin tarkasteltaessa markkinaa pääkaupunkiseudulla sisältäen kaikki Helsingin seutukunnan kunnat. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on selvityksissään kuullut Tapauksen ja Roofin tapahtumatuotantopalveluiden asiakkaita laajasti. Ottaen huomioon, että yksikään asiakas ei ole esittänyt lausunnoissaan huolta kilpailun estymisestä yrityskaupan seurauksena, ei asiassa ole ilmennyt viitteitä kilpailun olennaisesta estymisestä yrityskaupan seurauksena myöskään B2C-segmentillä. Lisäksi myös tapahtumatuotantopalveluiden B2C-segmentille jää muita palveluntarjoajia yrityskaupan jälkeenkin.

Sekä yrityskauppailmoituksessa että Kilpailu- ja kuluttajavirastolle kilpailijoiden toimittamissa lausunnoissa on todettu, että tapahtumatuotantopalveluita toteutetaan valtakunnallisesti, mutta alan suurimmat palveluntarjoajat ja heidän arvoverkkonsa ovat keskittyneet pääkaupunkiseudulle. Tapahtumatuotantopalveluiden toteutuspaikka voi tästä huolimatta kuitenkin sijaita muualla Suomessa.

Sekä yrityskauppailmoituksessa että Kilpailu- ja kuluttajavirastolle kilpailijoiden toimittamissa lausunnoissa on tuotu esiin alihankkijoiden³ merkitys yritysten tapahtumatuotantopalveluissa. Eräät kilpailijat ovat lausuneet, että käsillä oleva yrityskauppa voisi johtaa uuden yrityksen neuvotteluaseman merkittävään paranemiseen, mikä voisi vääristää kilpailutilannetta muiden toimijoiden näkökulmasta. KKV:lle toimitettujen tietojen mukaan markkinalla toimii kuitenkin lukuisia alihankkijoita ja ne palvelevat tyypillisesti useita tapahtumatuotantoyrityksiä. Roofin tuottama lisäys Tapauksen markkinaosuuteen on edellä kuvatusti pääosin maltillinen. Lisäksi markkinalla toimii useita yrityksille tapahtumatuotantopalveluita tarjoavia toimijoita. Selvitykset eivät siten KKV:n arvion mukaan anna sellaisia viitteitä, että yrityskaupan jälkeenkään yrityskaupan Kohteet voisivat toimia kilpailijoistaan, asiakkaistaan tai tavarantoinnistaan riippumattomasti. Myöskään Kohteiden asiakkaat tai alihankintaa tuottavat yritykset eivät ole esittäneet KKV:n markkinakuulemisen yhteydessä huolia kilpailun rajoittumisesta millään maantieteellisellä markkinalla yrityskaupan johdosta.

Edellä esitetyin perustein Kilpailu- ja kuluttajavirasto arvioi, että ilmoitettu yrityskauppa ei olennaisesti estä tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla kilpailulain (948/2011) 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla.

Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksyy yrityskaupan, jossa MB Equity Fund V Ky hankkii määräysvallan Experiential Marketing Invest Oy:ssä ja Roof Productions Oy:ssä.

Sovelletut säännökset

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

Muutoksenhaku

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 44 §:n mukaan siten kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

³ Kilpailu- ja kuluttajavirastolle toimitettujen tietojen mukaan tapahtumatuotantopalveluiden alihankintaketjuun kuuluvat muun muassa tekniikkatuotantoyritykset, kalustus- ja rakenneyritykset sekä *catering*-yritykset.



Päätös
Dnro KKV/622/14.00.10/2019
Julkinen versio
10.7.2019

5 (5)

Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erityisasiantuntija Laura Kauppila, puhelin 029 505 3335, sähköposti laura.kauppila@kkv.fi.

Ylijohtaja

Timo Mattila

Eriyisasantuntija

Laura Kauppila