

Kilpailu- ja kuluttajaviraston esitys markkinaoikeudelle yrityskaupan kieltämiseksi

1.	Asia.....	4
2.	Asianosaiset	4
3.	Vaatimukset	4
4.	Asian vireilletulo	4
5.	Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta	4
6.	Kilpailuoikeudellinen arviointi	5
6.1.	Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn	5
6.2.	Johdanto.....	5
6.3.	Tuotteiden myynti eri jakelukanaviin.....	7
6.4.	Markkinat, joilla tehokas kilpailu ei esty olennaisesti	8
6.4.1.	Rakennusten sisäpuolella olevat putkijärjestelmät	8
6.4.2.	Kaivot.....	12
6.4.3.	Putkistojen saneeraus.....	16
6.4.4.	Kaukolämpöputket	18
6.4.5.	Esieristetyt putkistot	18
6.4.6.	Haja-asutuksen jätevesijärjestelmät.....	19
6.4.7.	Teollisuusrakentaminen	22
6.5.	Markkinat, joilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti – alamarkinoiden yhteistarkastelu	24
6.5.1.	Haittaskaenaario yrityskaupan arvioinnissa.....	24
6.5.2.	Relevantit hyödykemarkkinat – eri valmistusmateriaalinen keskinäinen korvaavuus	40
6.5.3.	Relevantit maantieteelliset markkinat – infrastruktuuriputkien tuonti Suomeen.....	48
6.5.4.	Alalle tulo	54
6.5.5.	LVI-tukkujen merkitys jakelukanavana	57
6.5.6.	Lausuntotiivistelmä	59
6.6.	Markkinat, joilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti – alamarkinakohtainen tarkastelu.....	67
6.6.1.	Paineputket.....	67
6.6.2.	Hulevesijärjestelmät (sade- ja sulamisvedet)	82
6.6.3.	Viettoviemärijärjestelmät	88
6.6.4.	Salaojat (peltosalaojat ja tekninen kuivatus).....	94
6.6.5.	Kiinteistöviemäriputket	99
6.6.6.	Kaapelinsuojausjärjestelmät	103
6.7.	Johtopäätös	106
7.	Sitoumukset	106
7.1.	Johdanto.....	106
7.2.	Osapuolten Kilpailu- ja kuluttajavirastolle 8.2.2013 esittämät sitoumukset	107
7.2.1.	Sopimusvalmistus	107
7.2.2.	Valvonta ja riitojen ratkaisu	110
7.2.3.	Yrityskaupan osapuolten näkemys sitoumuksista	111
7.3.	Sitoumusten arviointi.....	112
7.3.1.	Sitoumusten tulee johtaa kaikkien keskittymän aiheuttamien kilpailuongelmien pysyvään ratkaisuun	112
7.3.2.	Yrityskaupan osapuolten sitoumukset eivät poista yrityskaupan aiheuttamaa kilpailuongelmaa pysyvästi.....	114
7.3.3.	Täydennetty sitoumusehdotus 19.2.2013.....	117
7.4.	Sitoumusten arvioinnin johtopäätös.....	118
8.	Sovelletut säännökset.....	118



Esitys
Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

3 (119)

1. Asia

1. Yrityskaupan kieltäminen: Uponor Oyj ja KWH-Yhtymä Oy

2. Asianosaiset

2. Uponor Oyj
3. KWH-Yhtymä Oy

3. Vaatimukset

4. Kilpailu- ja kuluttajavirasto esittää, että markkinaoikeus kilpailulain 25 §:n nojalla kieltää Uponor Oyj:n ja KWH-Yhtymä Oy:n välisen yrityskaupan sellaisena kuin se on ilmoitettu virastolle 24.9.2012, sillä sen seurauksena yhdyskuntarakentamisessa käytettyjen putkien markkinoilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti Suomen markkinoilla.

4. Asian vireilletulo

5. Uponor Oyj ("Uponor") ja KWH-Yhtymä Oy ("KWH") ovat ilmoittaneet 24.9.2012 Kilpailuvirastolle järjestelyn, jossa ne perustavat yhteisyrityksen.
6. Perustettavaan yhteisyritykseen siirretään molempien osapuolten yhdyskuntatekniset liiketoiminnot, jotka ovat Uponorin infrastructure solutions -liiketoiminta ja KWH:n tytäryhtiön Oy KWH Pipe Ab:n ("KWH Pipe") yhdyskuntatekniikkaan liittyvä liiketoiminta. Osana kokonaisjärjestelyä KWH Pipen rakennusten sisäisiin putkituotteisiin liittyvä talotekninen liiketoiminta siirretään Uponorille. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi vesikiertoiset lattialämmitysjärjestelmät ja rakennusten käyttövesijärjestelmät (käyttövesi PEX ja käyttövesikomposiitti). Taloteknisiin putkituotteisiin liittyvää liiketoimintaa yhteisyritys ei siis tule harjoittamaan, vaan toiminnot siirtyvät yrityskaupassa kokonaisuudessaan Uponorille.¹
7. Kilpailuvirasto siirsi 24.10.2012 tekemällään päätöksellä asian kilpailulain 26 §:n mukaiseen jatkokäsittelyyn. Markkinaoikeus pidensi päätöksellään 20.12.2012 käsittelyaikaa 25.2.2013 asti.

5. Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

8. **Uponor** tarjoaa rakennus- ja ympäristötekniikan järjestelmiä, muun muassa lämmitykseen, veden- ja energianjakeluun sekä ilmanvaihtoon ja jäteveden käsittelyyn. Uponor valmistaa tuotteita myös yhdyskuntatekniikan rakentamiseen ja saneeraukseen.

¹ Ks. yrityskaupan kuvaus yrityskauppailmoituksen kohta 4.

9. Uponor-konserni on jakautunut kahteen toimialaan, jotka ovat i) building solutions ja ii) infrastructure solutions. Building solutions -toimiala käsittää rakennusten sisäpuolella olevat putkijärjestelmät (talotekniikka) ja infrastructure solutions -toimiala rakennusten ulkopuolelle sijoitettavat putkijärjestelmät (yhdyskuntatekniikka). Suomessa Uponorin toimintoja harjoittaa sen tytäryhtiö Uponor Suomi Oy.
10. Uponorilla on infrastruktuuritoimialalla tuotantolaitoksia Suomessa Nastolassa, Forssassa ja Virroilla. Lisäksi Uponorilla on kaksi kaivoja valmistavaa yksikköä Espoossa ja Jyväskylässä.
11. Uponorin tytäryhtiö Jita Oy² on suomalainen kaapelinsuojaukseen, hulevesien johtamiseen ja jätevesien käsittelyyn tarkoitettujen järjestelmien valmistaja. Uponorin tytäryhtiö Nereus Oy³ on vesikiertoisten lattialämmitysratkaisujen suunnitteluun, asennukseen ja markkinointiin erikoistunut yhtiö.
12. **KWH** tuottaa ja myy muoveja ja hioma-aineita sekä tarjoaa logistisia palveluita muun muassa talotekniikan, yhdyskuntatekniikan ja teollisuuden tarpeisiin. KWH on jaettu neljään eri toimialaan, jotka ovat KWH Pipe, KWH Mirka Oy Ab, KWH Logistics (Oy KWH Freeze Ab ja Oy Backman-Trummer Ab) ja KWH Invest (Oy KWH Plast Ab ja Oy Prevox Ab).
13. Yritysjärjestely koskee KWH Pipea, joka valmistaa ja myy muoviputkijärjestelmiä ja palveluita talotekniikkaan, yhdyskuntatekniikkaan ja teollisuuden tarpeisiin. KWH Pipen tuotantolaitokset Suomessa sijaitsevat Vaasassa, Ulvilassa ja Tuusulassa.

6. Kilpailuoikeudellinen arviointi

6.1. Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn

14. Uponor-konsernin yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto oli viimeksi päättyneellä tilikaudella noin 806 miljoonaa euroa, josta noin 92 miljoonaa euroa kertyi Suomesta. KWH-yhtymän yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto oli viimeksi päättyneellä tilikaudella noin 537 miljoonaa euroa, josta noin 197 miljoonaa euroa kertyi Suomesta. Koska kilpailulaissa määritellyt liikevaihtorajat ylittyvät, järjestely kuuluu yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten soveltamisalaan.

6.2. Johdanto

15. Yrityskaupan osapuolet ovat kaksi Suomen suurinta muoviputkien valmistajaa, joilla on jo ennen yrityskauppaa, mutta etenkin sen jälkeen,

² Jita Oy:n myynnit on sisällytetty Uponorin myyntitietoihin infrastructure solutions -toimialalla.

³ Nereus Oy:n myynnit on sisällytetty Uponorin myyntitietoihin building solutions -toimialalla.

selvästi kilpailijoitaan kattavampi tuotevalikoima. Osapuolten markkinaosuudet ja päällekkäisyydet useilla tuotemerkkinoilla ovat huomattavat. Uponor ja KWH Pipe ovat esittäneet Kilpailu- ja kuluttajavirastolle, että yrityskauppa ei aiheuta kilpailuongelmia millään tuotemerkkinoilla. Osapuolten arvio perustuu muun muassa laajaan relevanttien hyödykemerkkinoiden määrittelyyn, jonka perusteella markkinoihin tulisi lukea myös muista materiaaleista kuin muovista – esimerkiksi valuraudasta tai betonista – valmistettuja putkia. Lisäksi osapuolet näkevät maantieteellisten markkinoiden muodostuvan useissa tapauksissa Suomea laajemmasta markkina-alueesta. Muita tekijöitä, jotka kaupan osapuolten mukaan vähentävät syntyvän keskittymän markkinavoimaa, ovat muun muassa kilpailijoilla oleva tuotannon ylikapasiteetti, asiakkaiden neuvotteluvoima sekä alalle tulon helppous.

16. Toisaalta yrityskauppa-asiassa tehdyllä tarkastuksella kerätyssä aineistossa yrityskaupan osapuolet itse ovat arvioineet yrityskaupan aiheuttamia kilpailuongelmia sekä [...].⁴
17. Ilmoittajat toimittivat virastolle yrityskauppailmoituksen liitteinä Tempo Economics Oy:n tekemiä taloudellisia analyyseja järjestelyn kilpailuvaikutuksista. Virasto on tarkastellut kyseisiä analyyseja muun muassa tämän esityksen liitteissä. Liite 1 käsittelee maantieteellisiä markkinoita ja liite 2 tehokkuushyötyjä.
18. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että kilpailu estyy olennaisesti yrityskaupan seurauksena Suomessa. Käytännössä ongelmallisia ovat yhdyskuntarakentamisessa käytettyjen muoviputkien (infrastruktuuriputket) eri alamarkkinat, joita kutakin on jäljempänä käsitelty yksityiskohtaisesti. Näiden ongelmallisiksi havaittujen markkinoiden osalta osapuolten väitteet laajemmasta hyödyke- ja maantieteellisten markkinoiden ulottuvuudesta eivät ole perusteltuja. Myöskään asiakkaiden neuvotteluvoima, alalle tulon uhka tai kilpailijoiden odotettavissa olevat reaktiot eivät näytä heikentävän keskittymälle syntyvää markkinavoimaa riittävästi.
19. Kilpailu- ja kuluttajaviraston näkemyksen mukaan yrityskauppa ei sen sijaan ylitä puuttumiskynnystä kilpailulain 25 §:n tarkoittamalla tavalla esimerkiksi infrastruktuuriputkien yhteiden, taloteknisten putkituotteiden, kaivojen, haja-asutusalueiden jätevesituotteiden ja teollisuusputkien markkinoilla, joilla keskittymällä kuitenkin tulee olemaan vahva markkina-asema. Virasto esittää ongelmattomiksi havaittujen taloteknisten putkituotteiden, kaivojen, haja-asutusalueiden jätevesituotteiden ja teollisuusputkien markkinoiden osalta analyysin tämän esityksen aluksi. Infrastruktuuriputkien yhteiden osalta virasto katsoo jäljempänä kappaleessa 5.6.3 kuvatulla tavalla, että relevantti maantieteellinen markkina-alue on todennäköisesti Suomea laajempi erityisesti kauppavirtojen vuoksi. Yhteiden osalta tuontimäärät ja

⁴ Ks. tarkastusmateriaalista esimerkiksi [...].

kuljetuskustannusten pieni osuus puoltaa näkemystä kansallista laajemmista markkinoista, eikä kilpailu näillä markkinoilla esty kilpailulain 25 §:n tarkoittamalla tavalla.

20. Kilpailu- ja kuluttajaviraston jäljempänä esitetty kilpailuanalyysi perustuu pitkälle osapuolten yrityskauppailmoituksessa ja myöhemmissä selvityksissä toimittamiin tietoihin. Eräiltä osin esimerkiksi markkinoiden kokonaisarvo tai kilpailijoiden myynnit näyttävät kuitenkin olevan yliarvioituja, mikä kasvattaa keskittymän markkinaosuuksia entisestään. Myös yrityskauppa-asiassa tehdyllä tarkastuksella kerätyn aineiston perusteella kaupan osapuolten ilmoittamien tietojen paikkansapitävyys asettuu joiltakin osin kyseenalaiseksi.⁵

6.3. Tuotteiden myynti eri jakelukanaviin

21. Ilmoittajien mukaan yhdyskuntarakentamisessa käytettävien putkien markkinoilla kilpailua käydään kolmella eri tasolla: tukku- ja vähittäiskaupassa, yksityisen projektimyynnin markkinoilla sekä julkisten hankintojen markkinoilla. Rakennusten sisäpuolella olevissa putkijärjestelmissä kilpailua käydään toisaalta tukku- ja vähittäiskaupassa ja toisaalta yksityisessä projektimyynnissä. Myös Kilpailuvirasto on aikaisemmassa samaa toimialaa koskevassa päätöksessään⁶ katsonut, että tukku- ja vähittäiskauppa sekä yksityinen projektimyyni muodostavat omat markkinansa.
22. Tukku- ja vähittäiskaupassa suuret tukkurit, keskusliikkeet tai näiden kauppiaat ostavat ja varastoivat tuotteet, jotka myydään loppukäyttäjille. Loppukäyttäjät ovat muun muassa yksityiset rakentajat ja suuret urakoitsijat. Suuret tukkuliikkeet (Onninen, LVI-Dahl ja Ahlsell) tarjoavat lisäksi tuotteita suoraan sekä yksityisiin projekteihin että julkisiin tarjouskilpailuihin. Ilmoittajien mukaan alalle on tyypillistä myös ns. *kauttalaskutus*⁷, jolloin asiakas on pyytänyt tavarantoimituksensa laskutuksen tukkuliikkeen tai vähittäiskaupan kautta. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvitysten perusteella kauttalaskutus näyttää toisaalta etenkin muovisia infrastruktuuriputkia koskevissa julkisissa hankinnoissa pitkälti tukkujen ja valmistajien sanelemalta käytännöltä, joka ei ole niinkään asiakkaiden eli hankintayksiköiden intressissä.

⁵ Uponorin sisäisissä keskusteluissa yrityskauppailmoituksen tietojen kokoamisen yhteydessä on esitetty esimerkiksi seuraava arvio: [...].

⁶ Ks. Nereus Oy:n hinnoittelu vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien markkinoilla, Kilpailuviraston päätös 15.12.2009 Dnro 978/61/07.

⁷ Kun lasku kiertää tukun tai vähittäisliikkeen kautta, asiakas saa kaikki eri ostoksensa mahdollisesti eri valmistajilta ja tukulta samalle laskulle. Kun tukkuliike tai vähittäiskauppias laskuttaa toimituksen, siirtyy myös luottoriski valmistajalta laskuttajalle. Rahavirrat kulkevat tukku- ja vähittäisliikkeiden kautta, jotka toimivat myyntiedustajan tapaisesti laskuvälittäjänä. Tavaravirta liikkuu suoraan asiakkaalle.

23. Tuotteita myydään erilaisiin rakennus- ja saneerausprojekteihin myös suoraan ilman väliportaita yksityiselle sektorille. Kyse on tällöin yksityisestä projektimyynnistä, jossa tuotteet myydään yksityisille yrityksille, esimerkiksi isoille rakennusliikkeille (esim. Lemminkäiselle, YIT:lle, Skanskalle tai Destialle) tai urakoitsijoille.
24. Lisäksi tuotteita myydään julkisten hankintojen perusteella tehdyissä kilpailutuksissa. Julkiset hankinnat käsittävät hankintalainsäädäntöön sidotut julkisen sektorin tekemät tavara- ja palveluhankinnat. Hankintalain piiriin kuuluvia hankintoja ja hankintamenettelyä sääntelee laki julkisista hankinnoista 348/2007 (ns. hankintalaki). Rakennusten sisäpuolella olevissa putkijärjestelmissä hankintoja ei juurikaan kilpailuteta hankintalain mukaisesti. Sen sijaan yhdyskuntarakentamisen markkinoilla on yleistä, että valtio, kunnat ja muut hankintayksiköt kilpailuttavat hankintansa hankintalain mukaisesti. Ilmoittajien mukaan normaali käytäntö on, että halvin tarjous voittaa.
25. Ilmoittajat ovat 20.12.2012 viraston pyynnöstä selventäneet, millä perusteella myynnit on yrityskauppailmoituksessa kohdistettu eri myyntikanaviin. Osapuolten mukaan myynnit on allokoitu tavaravirran perusteella riippumatta siitä, mitä kautta laskutus tapahtuu. Peruste myyntilukujen allokointiin on ollut, että tukku- ja vähittäiskauppioiden varastoon menevän tavaran myynnit allokoidaan tukku- ja vähittäiskaupan markkinoille (toimitus on mennyt tukkuun). Yksityisen projektimyynnin ja julkisten hankintojen markkinoille on allokoitu myynti, joka kertyy suoraan valmistajalta asiakkaalle menevästä tavarasta (useimmiten sopimussuhde), vaikka laskutus olisi hoidettu tukun kautta.

6.4. Markkinat, joilla tehokas kilpailu ei esty olennaisesti

6.4.1. Rakennusten sisäpuolella olevat putkijärjestelmät

26. Building solutions -liiketoiminta käsittää talotekniikkaan kuuluvat ratkaisut. Nämä tuotteet sijoitetaan rakennusten sisälle. Koska osana yritysjärjestelyä KWH Pipen building solutions -liiketoiminta siirtyy Uponorille, yrityskaupan kilpailuvaikutukset koskevat 1) vesikiertoisia lattialämmitysjärjestelmiä ja 2) rakennusten käyttövesijärjestelmiä. Tällaisia käyttövesijärjestelmiä ovat PEX-käyttövesituotteet ja käyttövesikomposiittituotteet, joita käytetään rakennuksen käyttövesien sekä lämmitysjärjestelmissä kulkevien vesien johtamiseen.

6.4.1.1. Vesikiertoiset lattialämmitysjärjestelmät

6.4.1.1.1. Relevantit markkinat

27. Vesikiertoisissa lattialämmitysjärjestelmissä rakennuksen lattiassa kiertävä vesi lämmittää lattiaa, josta lämpö nousee edelleen huoneistoon. Ilmoittajat viittaavat Kilpailuviraston aikaisempaan tapaukseen, jonka mukaan

vesikiertoiset lattialämmitysjärjestelmät muodostavat erilliset tuotemarkkinat, jotka jaetaan tukkukauppaan sekä projektimyyntiin.⁸ Viraston arvion mukaan käsillä olevan asian ratkaisun kannalta ei ole tarpeellista määritellä vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti, koska jäljempänä ilmenevillä perusteilla yrityskauppa ei aiheuta merkittäviä kilpailuongelmia näillä markkinoilla.

28. Osapuolten mukaan lähes kaikki vesikiertoiseen lattialämmitykseen tarkoitetut järjestelmät tai niiden osat tuodaan pääasiassa Suomen ulkopuolelta. [...] Osapuolten arvioiden mukaan myös muut toimijat tuovat vesikiertoisia lattialämmitysjärjestelmiä Saksasta ja Ruotsista. Maantieteelliset markkinat saattavat ilmoittajien mukaan siten olla kansallisia markkinoita laajemmat. Joka tapauksessa ulkomainen tuonti luo ilmoittajien mukaan merkittävää kilpailupainetta.
29. Vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien markkinoilla keskittymän kilpailijoita ovat ilmoittajien mukaan muun muassa Warmia, Kessele, Roth, Itula, AirWise, Rehau, LK ja Danfoss. Markkinoille on lisäksi tullut viime aikoina paljon uusia tuotemerkkejä. Kilpailijoita on useita ja alalle tulon esteet ovat ilmoittajien mukaan matalat.

6.4.1.1.2. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

30. Vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli vuonna 2011 noin [30-40] miljoonaa euroa. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus oli ilmoittajien mukaan [30 – 40] % (Uponor [20 – 30] % ja KWH [0 – 10]%). Ilmoittajat ovat arvioineet Warmian markkinaosuudeksi [15 - 20] % ja Kesselen markkinaosuudeksi [10 – 15] %. Muut kilpailijat ovat pienempiä.
31. Vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli vuonna 2011 noin [10 -15] miljoonaa euroa. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus oli ilmoittajien mukaan [40-50] % (Uponor [30 – 40]% ja KWH [10 – 20] %). Suurimmaksi kilpailijaksi tällä markkinalla ilmoittajat arvioivat Rothin noin [10 – 15] %:n markkinaosuudella. Lisäksi markkinoilla on useita pienempiä toimijoita.
32. Vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo oli vuonna 2011 noin [20 – 30] miljoonaa euroa. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus oli ilmoittajien mukaan [20 – 30] % (Uponor [20 – 30] % ja KWH [0 – 5] %). Suurimmat kilpailijat

⁸ Nereus Oy:n hinnoittelu vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien markkinoilla, Kilpailuviraston päätös 15.12.2009, dnro 978/61/07.

⁹ Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tieto tai tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

ilmoittajien mukaan tällä markkinalla ovat Warmia [15 – 20] %:n ja Kessele [10-15] %:n markkinaosuuksilla.

6.4.1.1.3. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi

33. Uponor on jo ennen järjestelyä ollut suurin toimija Suomen vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien markkinoilla. Järjestelyn jälkeen sen markkina-asema edelleen vahvistuu. Markkinoille jää kuitenkin edelleen viraston selvitysten mukaan siinä määrin varteenotettavia kilpailijoita sekä tukku- ja vähittäiskaupassa että projektimyynnissä, ettei kilpailu järjestelyn seurauksena olennaisesti esty.
34. Kilpailijoilla on viraston saamien selvitysten mukaan kapasiteettia edelleen kasvattaa myyntiään. Lattialämmitysjärjestelmät ovat varsin usein tuontitavaraa ja niiden tuontia ulkomailta on viraston kuulemien markkinatoimijoiden mukaan edelleen mahdollista lisätä.
35. Suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista ei katsonut yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia kyseisillä markkinoilla, sillä yrityskaupan jälkeenkin markkinoille jää toimijoita, jotka pystyvät luomaan kilpailupainetta keskittymälle.
36. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskauppa ei aiheuta kilpailulain tarkoittamia merkittäviä kilpailuongelmia vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien markkinoilla Suomessa.

6.4.1.2. Rakennusten käyttövesijärjestelmät

6.4.1.2.1. Relevantit markkinat

37. Osapuolten valmistamia ja myymiä PEX-käyttövesituotteita ja käyttövesikomposiittituotteita käytetään rakennuksen käyttövesien sekä lämmitysjärjestelmässä kulkevien vesien johtamiseen. Komposiittiputki on muoviputki, jossa on alumiinikerros, kun taas PEX viittaa tietyntyyppiseen erikoiskäsitelyyn muoviin. Ilmoittajien mukaan PEX-käyttövesituotteet ja käyttövesikomposiittituotteet kuuluvat samoille tuotemarkkinoille, koska näitä tuoteratkaisuja ei voida etukäteen säännönmukaisesti erotella. Käyttö ratkeaa urakoitsijan/tilaajan sekä suunnittelijan mieltymysten ja liitännäisten rakennuksen rakenteellisten ratkaisujen perusteella. Tuotemarkkinoihin katsotaan kuuluvan järjestelmiin liittyvät putket, liittimet, jakotuet ja työkalut.
38. Ilmoittajien näkemyksen mukaan käyttövesikomposiitti ja PEX-käyttövesituotteet kilpailevat perinteisten metallijärjestelmien (kupari ja ruostumaton teräs) kanssa. Kerrostalorakentamisessa metallituotteiden osuus on ilmoittajan arvion mukaan huomattavasti suurempi kuin muovisten käyttövesijärjestelmien osuus. Metallijärjestelmiä käytetään usein myös vaihtoehtona teknisen tilan ratkaisussa, vaikka varsinainen putkisto talon rakenteissa olisikin toteutettu muovi- tai komposiittijärjestelmällä.

39. Osapuolten mukaan käyttövesijärjestelmiä tai niiden osia tuodaan ulkomailta ja markkinat voivat siten olla kansallisia markkinoita laajemmat.
40. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo jäljempänä esitetyillä perusteilla, ettei yrityskauppa aiheuta kilpailulaissa tarkoitettuja merkittäviä kilpailuongelmia rakennusten käyttövesijärjestelmien markkinoilla. Näin ollen täsmällinen käyttövesijärjestelmien relevanttien tuotemarkkinoiden ja maantieteellisten markkinoiden määrittäminen voidaan jättää avoimeksi.

6.4.1.2.2. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

41. Rakennusten käyttövesijärjestelmien kokonaismarkkinoiden (muovi, komposiitti, kupari, teräksiset materiaalit) arvo Suomessa vuonna 2011 oli ilmoittajien arvion mukaan noin [90 – 100] miljoonaa euroa. Ilmoittajien mukaan Uponorin markkinaosuus oli noin [10 – 20] % ja KWH:n noin [0 – 5]%. Tärkeimmät kilpailijat ovat Cupori ([20 – 25] %), Onninen ([20 – 25] %), LVI-Wabek ([5 – 10]%), Heikki Laiho ([5 – 10] %) ja Geberit ([5 – 10] %). Lisäksi markkinoilla toimivat esimerkiksi LVI-Dahl ja Viega A/S, joiden markkinaosuudet ovat ilmoittajien mukaan noin [1 – 5] %.
42. Tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo vuonna 2011 Suomessa oli ilmoittajien mukaan [80 – 90] miljoonaa euroa. Ilmoittajat arvioivat Uponorin markkinaosuudeksi [10 – 20] % ja KWH:n osuudeksi [0 – 5] %. Kyseisessä jakelukanavassa tärkeimmiksi kilpailijoiksi ilmoittajat katsovat Onnisen [20 – 25] %), Cuporin ([20 – 25] %), LVI-Wabekin ([5 – 10] %), Heikki Laihon ([5 – 10] %) ja Geberitin ([5 – 10]%). Lisäksi tukku- ja vähittäiskaupassa toimivat LVI-Dahl ja Viega A/S, joiden markkinaosuudet ovat ilmoittajien mukaan noin [1 – 5] %.
43. Yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo Suomessa vuonna 2011 oli ilmoittajien mukaan noin [10 – 15] miljoonaa euroa. Uponorin markkinaosuus oli ilmoittajan arvion mukaan noin [10 – 20] % ja KWH:n noin [0 – 5] %. Tärkeimmät kilpailijat ovat Itula ([25 – 30]%) ja Roth ([1 – 5] %). Lisäksi markkinoilla toimii ilmoittajan mukaan useita pienempiä toimijoita, mm. Henco, Thermotech ja Aurelia.

6.4.1.2.3. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi

44. Virasto on jatkokäsittelyssä selvittänyt tarkemmin käyttövesijärjestelmien markkinoita. Vaikka keskittymällä on yrityskaupan jälkeen vahva asema Suomen käyttövesijärjestelmien valmistuksessa, viraston selvitysten perusteella näyttää, että markkinoille jää kuitenkin riittävästi vaihtoehtoisia toimijoita, jotka tuovat kilpailupainetta keskittymälle. Suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista ei myöskään nähnyt yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia käyttövesituotteiden markkinoilla, sillä kotimaisen tuotannon lisäksi PEX-käyttövesituotteiden ja käyttövesikomposiitin tuonti on mahdollista ja useat toimijat, kuten Itula, Roth ja Geberit, tuovatkin jo kyseisiä tuotteita ulkomailta. Lisäksi tukkurit

ovat lanseeranneet omia private label -tuotteita, jotka kilpailevat keskittymän tuotteiden kanssa. LVI-Dahl myy käyttövesijärjestelmistään eniten omaa Altech-merkkistä private label -tuotetta, jota se tuo ulkomailta.

45. Viraston selvitysten mukaan PEX-käyttövesiputkia ja komposiittiputkia näyttää olevan kannattavaa tuoda, sillä putket ovat kooltaan pieniä ja standardoituja, eivätkä rahtikustannukset muodostu liian suuriksi. Markkinatoimijat katsovat tuonnin merkityksen lisääntyvän edelleen tulevaisuudessa.
46. Edellä mainitut seikat huomioiden virasto katsoo, ettei keskittymä voi jatkossa toimia käyttövesijärjestelmien markkinoilla muista markkinatoimijoista riippumattomasti. Lisäksi on huomattava, että KWH:n tuoma lisäys Uponorin markkinaosuuteen on markkinoilla melko vähäinen, noin [0 – 5] %.

6.4.2. Kaivot

6.4.2.1. Relevantit markkinat

47. Erityyppiset ja -kokoiset kaivot tulee ilmoittajan mukaan jakaa seuraaviin erillisiin tuotemarkkinoihin:
48. *Pienet jäteveden tarkastuskaivot.* Jäteveden tarkastuskaivoja käytetään paineettomissa viemärijärjestelmissä. Kaikki kaivojen maan pinnanalaiset liitokset ovat vesitiiviitä. Jätevesien tarkastuskaivoissa edellytetään virtausta ohjaavia kouruja, joita sadeveden tarkastuskaivoissa ei tarvitse olla.
49. *Suuret jäteveden tarkastuskaivot.*
50. *Tarkastusputket.* Tarkastusputkea käytetään yksittäisen viemäriinjan tarkastus- ja huoltoputkena. Jätevesiviemäreissä käytettävät tarkastusputket ovat läpimitaltaan kaivoja pienempiä.
51. *Pienet sadeveden tarkastuskaivot ja sadevesikaivot.* Sadevesikaivoja käytetään johtamaan ajoväyliltä, piha-alueilta tai parkkipaikoilta tulevia vesiä. Sadevesikaivoissa on sakkapesä, jonka on tarkoitus estää hiekan ja muun kiintoaineksen pääsy viemärijärjestelmään. Sakkapesää ei jäteveden tarkastuskaivoissa ole lainkaan. Sadeveden tarkastuskaivoja käytetään putkiston tarkastus- ja huoltoaukkoina. Sadevesiviemäriin tarkastuskaivoilta ei edellytetä vesitiiveyttä kaikilta osin, minkä takia sitä ei voida käyttää samaan tarkoitukseen kuin jäteveden tarkastuskaivoa. Sadevesikaivot ja sadeveden tarkastuskaivot myydään järjestelmänä, joten ne kuuluvat samoille tuotemarkkinoille.
52. *Suuret sadeveden tarkastuskaivot ja sadevesikaivot.*

53. *Salaojakaivot ja rännikaivot.* Salaojakaivoja käytetään salaojajärjestelmissä. Salaojakaivon tehtävänä on pysäyttää salaojaputken reikien kautta tuleva sakka ja toimia huolto- ja tarkastusaukkona. Salaojakaivon sakkapesä on pienempi kuin sade-vesikaivon. Rännikaivo sijaitsee talon nurkalla, syöksytorven alapuolella. Rännikaivojen tehtävänä on ohjata rakennusten katolta johdetut sadevedet edelleen sadevesiviemäriin.
54. Jäteveden tarkastuskaivoja käytetään viettoviemärilinjastoissa ja vastaavasti sadeveden tarkastuskaivoja ja sadevesikaivoja käytetään hulevesilinjastoissa. Salaojakaivoja käytetään salaojaputkien, eli peltosalaojitukseen ja tekniseen kuivatukseen tarkoitettujen putkien kanssa.
55. Kaivoja käytetään putkien yhtymäkohdissa sekä kohdissa, joissa putkien asennuskaltevuus tai putken koko muuttuu. Vakiomitoitettuja elementtikaivoja tehdään sarjatuotantona, mutta toisaalta kaivoja myös räätälöidään käsityönä asiakkaiden tarpeiden mukaan.
56. Pieniä kaivoja käytetään pääasiassa pienissä putkilinjoissa, kun taas suuremmat kaivot soveltuvat suurempiin putkilinjoihin. Yleisesti ottaen useampi toimittaja valmistaa ja myy pieniä kaivoja kuin suuria. Uponor valmistaa erittäin vähän suuria kaivoja. Pienet ja suuret kaivot muodostavat ilmoittajien mukaan erilliset tuotemarkkinat.
57. Erityisesti suuria kaivoja valmistetaan sekä muovista että betonista. Sadevesikäyttöön tarkoitettuja suurempia kaivoja tehdään myös teräksestä. Kaikki kyseiset materiaalit ovat hyväksyttäviä kunnallisteknisessä rakentamisessa. Betonin osuus kaikkien kaivojen kokonaismarkkinoista on ilmoittajien mukaan noin [20 – 25] %. Teräksen osuudeksi ilmoittajat arvioivat noin [1 – 5] %. Betonikaivoja voidaan yhdistää muoviputkilinjoihin ja toisin päin.
58. Kyseessä ovat kansalliset markkinat, koska Suomessa valmistetut ja käytetyt kaivot eroavat lähimarkkinoilla myydyistä kaivoista. Mitoitukset ovat erilaiset ja kaivoja käytetään Suomessa enemmän kuin muilla maantieteellisillä markkinoilla. Tuonti- ja vientivirtoja ei käytännössä ole lainkaan. Kaivomarkkinoissa on myös alueellisia piirteitä, sillä viraston saamien tietojen mukaan valmistajan on usein suoritettava esimerkiksi huolto-toimenpiteitä, jotka edellyttävät alueellista läsnäoloa. Viraston selvityksissä ei ole kuitenkaan noussut esille, että keskittymällä olisi millään alueella kaivojen osalta hallitsevaa markkina-asemaa.
59. Kaivomarkkinoilla keskittymän kilpailijoita ovat ilmoittajien mukaan Pipelife, Talokaivo, Meltex, Roadpipe, Parkanon Muovituote, Rudus, JA-KO Betoni, Plastweld, Rumtec, Muovitehdas Abso, Rotomon ja Meriser. Alalle tulon esteet ovat ilmoittajien mukaan matalat.
60. Relevanttien hyödykemerkkinoiden osalta virasto viittaa jäljempänä olevaan vaihtoehtoisia materiaaleja käsittelevään kappaleeseen ja arvioi

yrityskaupan kilpailuvaikutuksia myös kaivoissa pelkästään muovituotteiden osalta. Käytettävä materiaali valitaan viraston tekemien selvitysten mukaan käytännössä aina viimeistään suunnitteluvaiheessa rakennuskohteesta johtuvien vaatimusten perusteella. Niissä tilanteissa, joissa eri materiaalit vielä tässäkin vaiheessa ovat teknisesti toisiaan korvaavia, materiaalien hintaerot aiheuttavat sen, ettei eri materiaaleja voida yleensä pitää kilpailuoikeudellisesti samoille hyödykemarkkinoille kuuluvina.

61. Viraston arvion mukaan asian ratkaisun kannalta ei ole kuitenkaan tarpeellista määritellä kaivojen osalta relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti, koska markkinamäärittelystä riippumatta kyseessä oleva yrityskauppa ei jäljempänä ilmenevillä perusteilla ylitä kilpailulain 25 §:n mukaista puuttumiskynnystä näillä markkinoilla.

6.4.2.2. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

6.4.2.2.1. Pienet jätevesien tarkastuskaivot (315 - 800 mm)

62. Pienten jätevesien tarkastuskaivojen Suomen kokonaismarkkinoiden arvo on ilmoittajien mukaan noin [5 – 10] miljoonaa euroa (pelkkä muovi). Talokaivo on ilmoittajien mukaan markkinajohtaja [40 – 45] %:n markkinaosuudella keskittymän markkinaosuuden ollessa yhteensä [30 – 40]% (Uponor [20 – 30] % ja KWH [10 – 20] %). Markkinoilla on lisäksi ilmoittajien mukaan kolme muuta kilpailijaa, Pipelife, Meltex ja kaivoihin erikoistunut Roadpipe.

6.4.2.2.2. Suuret jätevesien tarkastuskaivot (1000 mm ja suuremmat)

63. Ilmoittajien mukaan betonikaivot kilpailevat suurten muovikaivojen kanssa ja betonin osuus suurten jätevesikaivojen markkinoista on noin [80 – 85] %.
64. Muovikaivomarkkinoiden kokonaisarvo on ilmoittajien mukaan tällä segmentillä noin [0,5 – 1] miljoonaa euroa. Tästä keskittymän markkinaosuus on ilmoittajien mukaan yhteensä [60 -70] % (KWH [50 – 60] % ja Uponor [0 – 5] %). Markkinoilla kilpailevat ilmoittajien mukaan Talokaivo (markkinaosuus noin [10 – 15] %), Roadpipe (markkinaosuus noin [15 – 20] %) ja Parkanon Muovituote (markkinaosuus noin [10 – 15] %).

6.4.2.2.3. Tarkastusputket

65. Ilmoittajien mukaan tarkastusputkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo on noin [1 – 5] miljoonaa euroa (pelkkä muovi). Talokaivo on ilmoittajien mukaan markkinajohtaja [45 – 50] %:n markkinaosuudella keskittymän markkinaosuuden ollessa yhteensä [20 – 30] % (Uponor [20 – 30] % ja KWH [0 –10] %). Lisäksi Pipelife kilpailee näillä markkinoilla sen markkinaosuuden ollessa ilmoittajien arvion mukaan [10 – 15] %.

6.4.2.2.4. Pienet sadeveden tarkastuskaivot ja sadevesikaivot (315 - 800 mm)

- 66. Ilmoittajien mukaan betoni ja teräs kilpailevat muovisten sadevesikaivojen kanssa. Betonin osuus on ilmoittajien mukaan noin [20 – 25] % pienten sadevesikaivojen markkinoista. Teräksen osuuden on arvioitu olevan noin [1 – 5] %.
- 67. Ainoastaan muovituotteista koostuvien markkinoiden koko on ilmoittajien arvion mukaan noin [10 – 15] miljoonaa euroa. Ilmoittajat arvioivat keskittymän markkinaosuudeksi tällä markkinalla yhteensä noin [50 - 60] % (Uponor [30 – 40] % ja KWH [20 – 30] %). Talokaivon markkinaosuudeksi ilmoittajat arvioivat [30 – 35] %. Lisäksi markkinalla on pienempiä kilpailijoita kuten Pipelife (markkinaosuus [5 – 10] %), Meltex, Roadpipe ja Plastweld (näillä kullakin noin [5 –10] % markkinaosuus).

6.4.2.2.5. Suuret sadeveden tarkastuskaivot ja sadevesikaivot 1000 mm ja suuremmat

- 68. Betoni- ja teräskaivot kilpailevat ilmoittajien mukaan samoilla markkinoilla suurten muovikaivojen kanssa. Ilmoittajat arvioivat betonin osuudeksi noin [60 – 65] % ja teräksen osuudeksi noin [5 – 10] %.
- 69. Pelkistä muovituotteista koostuvien markkinoiden kooksi ilmoittajat ovat arvioineet noin [1 – 5] miljoonaa euroa. Tästä osapuolten markkinaosuudeksi ilmoittajat ovat arvioineet [40 – 50] % (KWH [40 – 50] % ja Uponor [0 – 5] %). Muovituotemarkkinoilla kilpailevat ilmoittajien mukaan Talokaivo (markkinaosuus [15 – 20] %), Plastweld (markkinaosuus [15 – 20] %), Roadpipe (markkinaosuus [10 – 15] %) ja Parkanon Muovituote (markkinaosuus [10 – 15] %).

6.4.2.2.6. Salaojakaivot ja rännikaivot

- 70. Ilmoittajien mukaan Suomen kokonaismarkkinoiden arvo on noin [5 –10] miljoonaa euroa (pelkkä muovi). Ilmoittajat ovat arvioineet keskittymän markkinaosuudeksi yhteensä [50 – 60] % (Uponor [40 – 50] % ja KWH [0 – 10] %). Lisäksi markkinoilla kilpailevat Talokaivo (ilmoittajien markkinaosuusarvio [25 – 30] %), Pipelife (markkinaosuus noin [10 – 15] %) sekä pienemmillä markkinaosuuksilla mm. Meltex ja Meriser.

6.4.2.3. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi kaivomarkkinoilla

- 71. Keskittymä saavuttaa erällä muovikaivomarkkinoiden segmenteillä varsin korkean markkinaosuuden.
- 72. Suurten kaivojen osalta yrityskauppa ei viraston arvion mukaan vaikuta kilpailutilanteeseen merkittävästi, sillä Uponorin osuus suurten kaivojen markkinoista on ollut pieni, ilmoittajien mukaan vain [0 – 5] %. Vaikka edellä on tarkasteltu ainoastaan muovikaivojen markkinoita, selvää on, että

erityisesti suurempia kaivoja valmistetaan runsaasti myös betonista. Vaikka viraston arvion mukaan muovikaivot ja betonikaivot eivät käytännössä ole asiakkaan näkökulmasta riittävässä määrin kilpailevia vaihtoehtoja keskenään, keskittymä joutuu kuitenkin jossain määrin toiminnassaan ottamaan huomioon myös muista materiaaleista valmistetuista kaivoista aiheutuvan kilpailupaineen.

73. Kaivomarkkinoilla toimii keskittymän lisäksi useita kilpailijoita, joista etenkin muovikaivoihin erikoistunut Talokaivo muodostaa keskittymälle merkityksellisen kilpailullisen vastavoiman erityisesti suurimmalla markkina-alueellaan Etelä-Suomessa, jossa kaivojen kysynnän volyymit ovat suurimmat.¹⁰ Talokaivo on hiljattain avannut myös uuden toimipisteen Ouluun ja lisäksi sillä on toimintaa Liedossa. Ilmoittajien mukaan Talokaivo on suurin toimija pienissä jätevesien tarkastuskaivoissa ja tarkastusputkissa sekä merkittävä toimija pienissä sadeveden tarkastuskaivoissa ja sadevesikaivoissa sekä salaojakaivoissa ja rännikaivoissa (markkinaosuus näillä segmenteillä [25 – 30] %). Pipelife ja Meltex ovat niin ikään aktiivisia toimijoita muovikaivomarkkinoilla.
74. Kaikille muovikaivomarkkinoiden segmenteille jää näin ollen viraston selvitysten mukaan siinä määrin varteenotettavia kilpailijoita, ettei kilpailu Suomen kaivomarkkinoilla järjestelyn seurauksena olennaisesti esty. Myöskään suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista ei katsonut yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia kyseisillä markkinoilla.
75. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskauppa ei siten kilpailulain 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä kilpailua Suomen kaivotuotemarkkinoilla.

6.4.3. Putkistojen saneeraus

76. Kunnallisteknisiä putkistolinjoja saneerataan usealla eri menetelmällä. Yrityskaupan kannalta relevantit markkinat käsittävät ilmoittajien mukaan ns. NODIG-menetelmät. Toisin sanoen putkistot saneerataan ilman turhaa kaivutyötä ja rakenteiden rikkomista. Yleinen menetelmä on ”sukittaa” putket. Putkistoon voidaan myös sujuttaa uutta muotoon puristettua muoviputkea kaivojen kautta. Tätä menetelmää kutsutaan ns. muotoputkisujutukseksi. Kolmas menetelmä on sujuttaa kokonaista putkea putken sisään (ns. pipe-in-pipe -menetelmä). Kaikki edellä mainitut menetelmät kuuluvat ilmoittajien näkemyksen mukaan samoille relevanteille tuotemarkkinoille.
77. Ilmoittajien mukaan KWH saneeraa putkistoja niin sanottuina avaimet käteen -urakoina eli hoitaa sekä urakoinnin että tuotemyynnin. Uponor ei

¹⁰ [...]

harjoita putkistojen saneerausta itse lainkaan, mutta toimii kolmen eri saneeraustuotteen valmistajana muille toimijoille. Näin ollen osapuolet ovat vertikaalisessa suhteessa toisiinsa putkistojen urakoinnin ja tuotemyynnin osalta.

78. Viraston arvion mukaan käsillä olevan asian ratkaisun kannalta ei ole tarpeellista määritellä putkistosaneerauksen relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti, koska jäljempänä ilmenevillä perusteilla yrityskauppa ei kilpailulaissa tarkoitettulla tavalla olennaisesti estä tehokasta kilpailua näillä markkinoilla.

6.4.3.1. Urakointi

79. Putkistojen urakoinnin kokonaismarkkinoiden arvo Suomessa vuonna 2011 oli ilmoittajien arvion mukaan noin [20 – 30] miljoonaa euroa ja markkinaosuudet jakautuivat seuraavasti: KWH [10 – 20] %, Putkistosaneeraus Eerola [45 – 50] %, Aarsleff [30 – 35] %, Vaakaporauspalvelu VPP [5 – 10] %, Sujutek [1 – 5] % ja Renos [1 – 5] %.
80. Ilmoittajien mukaan KWH ja Vaakaporauspalvelu myyvät putkistojen saneeraukseen tarkoitettuja tuotteita urakoinnin ohella. Muut toimijat ovat pääasiassa erikoistuneet ainoastaan saneeraamiseen.

6.4.3.2. Tuotemyynti

81. Uponor myy kolmea eri putkistojen saneeraukseen tarkoitettua tuotetta, nimeltään Maxline, Omegaliner ja Flexoren. Uponor myy tuotteita yksinoikeudella Renokselle, joka myy tuotteet edelleen esimerkiksi Putkistosaneeraus Eerolalle.
82. Putkistosaneerauksen tuotemyynnin kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 Suomessa oli ilmoittajien arvion mukaan noin [1 – 5] miljoonaa euroa ja markkinaosuudet jakautuivat: Uponor [60 – 70] %, KWH [20 – 30] % ja Vaakaporauspalvelu [10 – 15] %. Suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista ei kutienkaan nähnyt yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia putkistojen saneerausmarkkinoilla. Yrityskaupan jälkeen keskittymälle luovat tuotemyynnissä kilpailupainetta Vaakaporauspalvelu, joka valmistuttaa omat putkensa Oy Österberg Ab:n muovitehtaalla Vaasassa sekä Aarsleff, joka tuo kaikki saneerauksessa käyttämänsä putket Tanskasta. Lisäksi markkinatoimijat katsoivat, että Pipelifelta voi tarvittaessa hankkia lähes kaikki saneerauksessa käytettävät putket, vaikka Pipelife ei markkinoilla itse toimikaan. Urakointimarkkinalla Aarsleff ja Vaakaporauspalvelu käyttävät omia putkia eli eivät ole riippuvaisia keskittymän toimituksista. Myöskään markkinajohtaja Putkistosaneeraus Eerola ei ollut huolissaan yrityskaupasta eikä uskonut yrityskaupan vaikuttavan Uponorin putkien saatavuuteen.

6.4.4. Kaukolämpöputket

83. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan KWH valmistaa Suomessa kaukolämpöputkia, mutta Uponor ei. [...] Osapuolet ovat siten vertikaalisessa suhteessa toisiinsa kaukolämpöputkien ja niiden suojakuorien osalta.
84. Ilmoittajien mukaan Suomen kaukolämpöputkimarkkinoiden arvo oli vuonna 2011 noin [40 – 50] miljoonaa euroa. Suomen markkinoilla markkinaosuudet jakautuvat seuraavasti: Logstor [60 – 65] %, KWH [30 -40] % ja Arvoputki Oy [5 -10] %.
85. Kaukolämpöputki muodostuu suojakuoresta, eristeestä ja teräsvirtausputkista. Suomessa ei kukaan muu Uponorin lisäksi valmista suuria suojakuoria. Ilmoittajien mukaan suojakuoria valmistetaan kuitenkin samalla koneistolla kuin suuria paineputkiakin, joten esimerkiksi Pipelifen olisi mahdollista valmistaa kaukolämpöputkien suojakuoria. Ilmoittajien mukaan kaukolämpöputkien markkinat ovat kansallista laajemmat, [...].
86. Viraston arvion mukaan yrityskauppa vaikuttaisi kaukolämpöputkien markkinoilla eniten [...]. [...] ei kuitenkaan ole ilmoittanut virastolle, että yrityskaupalla olisi haitallisia vaikutuksia. Virasto ei siten tässä päätöksessä puutu kaukolämpöputkien markkinoihin, minkä vuoksi myöskään kaukolämpöputkien tai niiden suojakuorten relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita ei ole tarpeen määritellä täsmällisesti.

6.4.5. Esieristetyt putkistot

87. Ilmoittajien mukaan Uponor valmistaa esieristettyjä aluelämpöputkistoja. Sen sijaan KWH:n esieristetyt putket on suunnattu kaukolämpömarkkinoille, ja niiden lämmönkestävyys poikkeaa Uponorin tuotteista. Kaukolämpöputkistojen markkinat on esitelty edellä.
88. Esieristettyjen putkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli ilmoittajien mukaan noin [10 – 15] miljoonaa euroa, josta Uponorin markkinaosuus oli noin [40 -50] % sen tärkeimpien kilpailijoiden ollessa Brugg-Pema Oy [20 – 25] %:n ja Talokaivo [15 – 20] %:n markkinaosuuksilla.
89. Kilpailuviraston yrityskaupan osapuolten toimitiloihin tekemällä tarkastuksella saaman aineiston perusteella ilmoittajien esittämiä markkinatietoja voidaan pitää vähintäänkin epätarkkoina. Uponorin oman markkinaseurannan¹¹ mukaan [...]. Ilmoittajien virastolle toimittamien tietojen mukaan Uponorin markkinaosuus oli sama vuosina 2010 ja 2011.

¹¹ [...]

90. Saamiensa selvitysten perusteella virasto katsoo, että huolimatta sille ilmoitettujen tietojen epäluotettavuudesta, yrityskauppa ei aiheuta merkittäviä kilpailuongelmia esieristettyjen putkistojen markkinoilla. Viraston markkinaselvityksissä ei ole myöskään ilmennyt, että yrityskaupalla olisi haitallisia vaikutuksia näillä markkinoilla.

6.4.6. Haja-asutuksen jätevesijärjestelmät

91. Haja-asutusalueella sijaitsevien kiinteistöjen jätevesijärjestelmä valitaan kiinteistöllä syntyvän jäteveden ja lainsäädännön asettamien vaatimusten mukaan huomioiden myös paikalliset kaava- ja ympäristömääräykset. Tämän perusteella haja-asutuksen jätevesien käsittely jakautuu ilmoittajien mukaan neljään eri tuotemerkkinaan. Näitä ovat 1. kiinteistökohtaisten panospuhdistamojen, 2. umpisäiliöiden, 3. maapuhdistamojen ja 4. kyläpuhdistamojen markkinat. Kaupan osapuolilla on päällekkäisyyksiä ainoastaan kiinteistökohtaisten panospuhdistamojen osalta.
92. Viraston arvion mukaan käsillä olevan asian ratkaisun kannalta ei ole tarpeellista määritellä haja-asutuksen jätevesijärjestelmien relevantteja tuotemerkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti, koska jäljempänä ilmenevillä perusteilla yrityskauppa ei kilpailulaissa tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä tehokasta kilpailua näillä markkinoilla.

6.4.6.1. Kiinteistökohtaiset panospuhdistamot

93. Kiinteistökohtaiset panospuhdistamot ovat biologis-kemiallisia panospuhdistamoja, joita käytetään kunnallisen viemäriverkon ulkopuolelle rakennettaviin omakotitaloihin. Panospuhdistamot koostuvat pääasiassa erikokoisista saostussäiliöistä ja prosessisäiliöistä, joissa tapahtuu biologis-kemiallinen puhdistusprosessi. Puhdistunut vesi voidaan johtaa ojaan, maahan imeytykseen tai maasuodatukseen. Tyypistä riippuen pienpuhdistamoja voidaan käyttää 1-3 kotitalouden jätevesien puhdistamiseen.
94. Ilmoittajien mukaan panospuhdistamoja valmistetaan muovin ohella myös betonista. Betonin osuus pienpanospuhdistamojen markkinoista on ilmoittajien arvion mukaan noin [1 – 5] %.
95. Ilmoittajien mukaan kiinteistökohtaisia panospuhdistamoja ja niiden osia tuodaan ulkomailta Suomeen, pääasiassa muista Pohjoismaista. Ilmoittajat katsovat, että maantieteelliset markkinat kattavat ainakin Pohjoismaat.
96. Kiinteistökohtaisten panospuhdistamojen markkina on ilmoittajien mukaan romahtanut ja sen koko on laskenut noin [10 -15] miljoonaa euroa kahden vuoden aikana. Kaupan osapuolten myynnit ja markkinaosuudet ovat vastaavasti laskeneet ja niiden kehitys on epävarmaa. Myynti on romahtanut muun muassa lakimuutosten ja alan saaman negatiivisen julkisuuden vuoksi. Tällä hetkellä markkinat ovat murroksessa ja niiden

tulevaa kehitystä on ilmoittajien mukaan vaikea arvioida. Viranomaisten tekemät linjaukset ja käytännöt tulevat merkittävästi vaikuttamaan kiinteistökohtaisten panospuhdistamojen tulevaisuuteen.

97. Ilmoittajien mukaan Suomen markkinoiden koko oli [15 -20] miljoonaa euroa vuonna 2009, [10 -15] miljoonaa euroa vuonna 2010 ja [5 -10] miljoonaa euroa vuonna 2011. Uponorin markkinaosuus kokonaismarkkinoista oli [20 – 30] % vuonna 2011 ja KWH:n osuus [10 – 20] %. Tärkeimmät kilpailijat ovat Gin Aqua (entinen Green Rock) [30 – 35] %:n, Ecolator [10 – 15] %:n ja Wavin [5 – 10] %:n markkinaosuudella.
98. Tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo vuonna 2011 oli [1 – 5] miljoonaa euroa ja yksityisen projektimyynnin arvo [1 – 5] miljoonaa euroa. Tukku- ja vähittäiskaupan jakelutiessä osapuolten markkinaosuudet ovat varsin korkeat: Uponor [30 – 40] % ja KWH [30 – 40] %. Tärkeimmät kilpailijat tässä jakelutiessä ovat Wavin [20 -25] %:n ja Talokaivo [5 – 10] %:n markkinaosuudella.
99. Sen sijaan yksityisessä projektimyynnissä kaupan osapuolten asema on vaatimattomampi osapuolten yhteenlasketun markkinaosuuden ollessa vain [10 – 20] % (Uponor [0 – 10] % ja KWH [0 – 5] %). Tärkein kilpailija on Gin Aqua [60 – 65] %:n markkinaosuudella.

6.4.6.2. Umpisäiliöt

100. Umpisäiliö on nimensä mukaisesti tiivis ja umpinainen erillisviemäri, johon kerättävät jätevedet kuljetetaan puhdistettavaksi kunnalliselle jätevedenpuhdistamolle. Tällöin ravinteet eivät rasita lähivesistöjä. Tästä syystä umpisäiliö soveltuu myös pohjavesialueille ja muihin kohteisiin, joissa jätevettä ei puhdistettunakaan saa johtaa maaperään. Näin ollen ne ilmoittajien mukaan muodostavat kiinteistökohtaisista panospuhdistamoista sekä maapuhdistamoista erilliset hyödykemarkkinat, koska panos- ja maapuhdistamoja ei saa asentaa kaikille sellaisille alueille, joilla umpisäiliöitä voidaan käyttää.
101. Ilmoittajien mukaan umpisäiliöiden markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan kansalliset.
102. KWH Pipe on lopettanut umpisäiliöiden valmistuksen, joten osapuolilla ei ole päällekkäisyyksiä umpisäiliöiden markkinoilla. Umpisäiliöiden Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa. Kokonaismarkkinoilla Uponorin markkinaosuus oli noin [30 – 40] %. Tärkeimmät kilpailijat ovat Wavin [15 – 20] %:n ja Talokaivo [10 – 15] %:n markkinaosuudella.
103. Umpisäiliöiden Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa ja Uponorin markkinaosuus tässä jakelukanavassa [40 – 50] %, Wavinin [20 – 25] % ja Talokaivon [10 – 15] %.

104. Yksityisen projektimyynnin arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa, josta Uponorin osuus oli [10 – 20] %, Aco Nordicin [25 – 30] % ja Meltexin [15 – 20] %.

6.4.6.3. Maapuhdistamot

105. Maapuhdistamoilla tarkoitetaan jätevesijärjestelmiä, joissa jätevedet puhdistetaan maaperässä. Maapuhdistamo käsittää saostussäiliön ja puhdistuskentän. Maapuhdistamoja käytetään, kun tontin koko, maaperä ja korkeussuhteet mahdollistavat sen rakentamisen. Maapuhdistamo ei yleensä sellaisenaan sovi pohjavesialueille, vesistön välittömään läheisyyteen tai saviselle alueelle. Maapuhdistamo vaatii noin 30 m² alueen, jolle se sijoitetaan. Ilmoittajien näkemyksen mukaan maapuhdistamot muodostavat omat relevantit hyödykemarkkinansa.
106. Ilmoittajien mukaan maapuhdistamojen markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan kansalliset.
107. KWH Pipe on lopettanut maapuhdistamoiden valmistuksen, joten osapuolilla ei ole päällekkäisyyksiä maapuhdistamoiden markkinoilla. Maapuhdistamoiden Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa. Uponorin markkinaosuus kokonaismarkkinasta oli [40 – 50] %. Tärkeimmät kilpailijat olivat Wavin [10 – 15] %:n ja Pipelife [10 – 15] %:n markkinaosuuksilla.
108. Maapuhdistamojen osalta tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli noin [5 - 10] miljoonaa euroa. Jakelukanavassa Uponorin markkinaosuus oli [40 – 50] %, Wavinin [15 – 20] % ja Pipelifen [10 – 15] %.
109. Maapuhdistamoiden yksityisen projektimyynnin arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa, josta Uponorin markkinaosuus oli [20 – 30] %, Gin Aquan (entinen Green Rock) [25 – 30] % ja Aco Nordicin [15 – 20] %.

6.4.6.4. Kyläpuhdistamot

110. Kyläpuhdistamot on tarkoitettu selkeästi suurempien yksikköjen jätevedenpuhdistukseen. Näiden puhdistamojen henkilökapasiteetti on 15–1200 henkilöä, eivätkä ne siis sovellu omakoti- tai mökkirakentamiseen, kuten edellä käsitellyt pienpuhdistamot, joiden kapasiteetti on noin 5–10 henkilöä. Siten kyläpuhdistamot muodostavat ilmoittajien näkemyksen mukaan omat relevantit hyödykemarkkinansa.
111. Ilmoittajien mukaan kyläpuhdistamojen markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan kansalliset.
112. Uponor ei valmista kyläpuhdistamoja lainkaan, joten osapuolilla ei ole päällekkäisyyksiä kyläpuhdistamoiden markkinoilla. Kyläpuhdistamoiden Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [0,5 – 1]

miljoonaa euroa, josta KWH:n markkinaosuus oli [30 – 40] %, Wavinin [25 – 30] % ja Raita Environment Oy:n [20 -25] %.

6.4.6.5. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi haja-asutuksen jätevesijärjestelmien markkinoilla

113. Haja-asutusalueiden jätevesijärjestelmien tuotteista kaupan osapuolilla on päällekkäisyyksiä ainoastaan kiinteistökohtaisten panospuhdistamojen markkinoilla. Keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus kiinteistökohtaisissa panospuhdistamoissa on [30 – 40] %, mutta markkinoille jää toinen keskittymän kokoluokkaa oleva toimija Gin Aqua Oy [30 – 35] %:n markkinaosuudella. Pienempien toimijoiden Ecolatorin ja Wavinin markkinaosuudet ovat [10 – 15] %:n tuntumassa. Keskittymän asema tukku- ja vähittäiskaupan jakelukanavassa on vahva markkinaosuuden ollessa [60 – 70] %. Alan toimijat tai LVI-tukut eivät kuitenkaan ole nähneet yritysjärjestelyn panospuhdistamojen osalta aiheuttavan kilpailuongelmia. Tarvittaessa tukut voisivat ottaa valikoimiinsa kiinteistökohtaisia panospuhdistamoja esimerkiksi Gin Aqua Oy:ltä, joka on alan suurin toimija suorassa projektimyynnissä yksityisille asiakkaille.
114. Keskittymän tuotevalikoimaan sisältyvät yrityskaupan jälkeen kaikki haja-asutuksen jätevesijärjestelmien tuotteet ja sen valikoima onkin jatkossa selvästi laajempi kuin muilla alan toimijoilla. Viraston selvityksissä ei ole kuitenkaan ilmennyt, että jätevesijärjestelmissä tuotevalikoiman laajuus olisi omiaan synnyttämään erityisiä kilpailuetuja tai poissuljentamahdollisuuksia keskittymälle. Suurin osa viraston kuulemista markkinatoimijoista ei katsonut yrityskaupan aiheuttavan haitallisia kilpailuvaikutuksia haja-asutuksen jätevesijärjestelmien markkinoilla, sillä yrityskaupan jälkeenkin jätevesijärjestelmien eri osa-alueille jää toimijoita, jotka pystyvät luomaan kilpailupainetta keskittymälle.
115. Edellä todetuilla perusteilla Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että yrityskauppa ei haja-asutusalueiden jätevesijärjestelmien osalta aiheuta kilpailulain 25 §:ssä tarkoitettua kilpailun olennaista estymistä Suomessa.

6.4.7. Teollisuusrakentaminen

116. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kaupan osapuolista KWH toimii Suomen teollisuusrakentamisen markkinoilla esimerkiksi voimalaitosten rakentamisprojekteissa, joissa käytetään paineputkistoja, hulevesiputkijärjestelmiä, viettoviemärijärjestelmiä ja kaapelinsuojaukseen tarkoitettuja järjestelmiä. Ilmoittajien mukaan kyseiset projektit vaativat erityisosaamista ja edellyttävät laajojen palvelukokonaisuuksien tarjoamista kattaen asiakasta varten räätälöityjen tuotteiden ohessa putkistojen suunnittelun sekä asentamisen. Lisäksi teräs ja lasikuitu kilpailevat ilmoittajien mukaan muovin kanssa näillä markkinoilla.

117. Ilmoittajien mukaan Uponor ei toimi lainkaan teollisuusrakentamisen markkinoilla, sillä se ei tarjoa tuotemyynnin ohella edellä mainittuja palveluja. Ilmoittajien mukaan KWH:n kilpailijoita teollisuuden rakentamisen markkinoilla ovat perinteiset rakennusliikkeet, ja KWH:n markkinaosuus on vähäinen.
118. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksissä on käynyt ilmi, että palvelukokonaisuuksien ja asiakasta varten räätälöityjen tuotteiden lisäksi teollisuusrakentamisen markkinoilla tarjotaan myös perustuotteita, kuten standardoituja infrastructure- ja building solutions -tuotteita, joita sekä KWH että Uponor ovat tarjonneet ja myyneet teollisuusasiakkaille. Räätälöityjä tuotteita voidaan lisäksi lähtökohtaisesti valmistaa samoilla linjastoilla ja samoista raaka-aineista kuin standardituotteita.
119. Ilmoittajat ovat viraston pyynnöstä toimittaneet kattavat tiedot teollisuusrakentamisen markkinoista. Ilmoittajien mukaan teollisuusrakentamisen markkinoiden kokonaisarvo Suomessa vuonna 2011 oli noin [90 – 100] miljoonaa euroa, josta KWH:n markkinaosuus oli noin [0 – 10] % ja Uponorin noin [0 – 5] %. Teollisuusrakentamisen tuotemyynnin markkinoiden arvo vuonna 2011 oli ilmoittajien mukaan noin [30 – 40] miljoonaa euroa, josta KWH:n markkinaosuus oli noin [0 – 10] % ja Uponorin noin [0 – 5] %. Tarkasteltaessa erikseen teollisuusrakentamisessa käytettäviä muoviputkia oli markkinoiden kokonaisarvo vuonna 2011 ilmoittajien mukaan noin [10 – 15] miljoonaa euroa, josta KWH:n markkinaosuus oli noin [20 – 30] % ja Uponorin noin [0 – 5] %.
120. Ilmoittajien mukaan [...]. Räätälöidyt tuotteet ovat aina ainutkertaisia tapauksia, joissa asiakas vaatii tapauskohtaista asiakaspalvelua tuotteen suunnittelusta aina toimittamiseen asti. [...].
121. Viraston saamien selvitysten mukaan Suomessa toimii yrityskaupan osapuolten lisäksi lukuisa joukko toimijoita, jotka tarjoavat tai voivat tarjota palvelukokonaisuuksia ja/tai räätälöityjä tuotteita teollisuuden tarpeisiin. Tällaisia markkinatoimijoita ovat esimerkiksi Vink Finland Oy, Sulmu Oy, PRP-Plastic Oy sekä Oy Fluorotech Ltd.
122. Saamiensa selvitysten perusteella virasto katsoo, ettei yrityskauppa aiheuta merkittäviä kilpailuongelmia teollisuusrakentamisen markkinoilla riippumatta sitä tarkastellaanko markkinoita muoviputkien, kaikkien materiaalien tai kokonaisurakoiden tasolla. Viraston markkinaselvityksissä ei ole myöskään ilmennyt, että yrityskaupalla olisi haitallisia vaikutuksia näillä markkinoilla.

6.5. Markkinat, joilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti – alamarkkinoiden yhteistarkastelu

6.5.1. Haittaskaenario yrityskaupan arvioinnissa

6.5.1.1. Johdanto

123. Yrityskaupassa yhdistyvät rakennusten ulkopuolelle sijoitettavien muovisten putkistoratkaisujen kaksi ylivoimaisesti suurinta toimijaa Suomessa. Kaupan osapuolten markkinaosuudet ja päällekkäisyydet yhdyskuntarakentamisen muoviputkijärjestelmissä (infrastruktuuriputket) niin kokonaisuutena arvioiden kuin putkityypeittäin ovat huomattavat. [...] ¹² [...].
124. Kilpailuviraston yrityskaupasuuntaviivoissa vuodelta 2011 todetaan, että yrityskauppa voi johtaa tehokkaan kilpailun olennaiseen vähenemiseen ilman, että alan yritykset nimenomaisesti tai edes hiljaisesti koordinoivat toimintojaan. ¹³ Kyse on tällöin yrityskaupan yhteensovittamattomista eli unilateraaleista kilpailuvaikutuksista. Yrityskauppa vaikuttaa suoraan kaupan osapuolten väliseen kilpailutilanteeseen: se poistaa kaupan osapuolten välisen kilpailuasetelman ja sen aikaansaaman kilpailupaineen, jolloin esimerkiksi kaupan osapuolten toteuttamat tuotteidensa hinnankorotukset voivat muodostua kannattaviksi. Näin voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa osapuolten ennen kauppaa toteuttamat hinnankorotukset olisivat todennäköisesti johtaneet menetyksiin osapuolten tuotteiden myyntimäärissä ainakin osaksi yrityskaupan toisen osapuolen hyväksi. Yrityskaupan seurauksena tällaiset menetykset olisi ainakin osittain mahdollista kattaa toisen osapuolen lisääntyneellä myynnillä, jolloin varsinaiset menetykset jäisivät vähäisemmiksi.
125. Horisontaalisten sulautumien arvioinnista annetuissa komission suuntaviivoissa yrityskauppojen yhteensovittamattomia vaikutuksia kuvataan seuraavasti ¹⁴:
126. *Sulautuma voi olennaisesti estää tehokasta kilpailua markkinoilla poistamalla suuria kilpailupaineita yhdeltä tai useammalta myyjältä, joiden markkinavoima tämän seurauksena kasvaa. Sulautuman suurin vaikutus on sulautuvien yritysten välisen kilpailun poistuminen. Esimerkiksi jos yksi sulautuvista yrityksistä olisi ennen sulautumaa korottanut hintojaan, se olisi menettänyt jonkin verran myyntiään toiselle sulautuvista yrityksistä. Sulautuma poistaa tämän kilpailupaineen. Myös sulautuman ulkopuoliset yritykset samoilla markkinoilla voivat hyötyä kilpailupaineen vähentymisestä sulautuman jälkeen, sillä sulautuvien yritysten hinnankorotuksen myötä osa kysynnästä voi siirtyä kilpaileville yrityksille, jotka puolestaan voivat katsoa*

¹² Tarkastusmateriaali, asiakirja [...].

¹³ Yrityskaupasuuntaviivat s. 73.

¹⁴ Komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004), kappaleet 24 ja 25.

kannattavaksi korottaa hintojaan. Tällaisen kilpailupaineen väheneminen voi johtaa merkittäviin hinnankorotuksiin merkityksellisillä markkinoilla.

127. *Yleensä tällaisia yhteensovittamattomia vaikutuksia aiheuttava sulautuma estää olennaisesti tehokasta kilpailua luomalla yhden ainoan yrityksen määräävän aseman tai vahvistamalla sellaista. Kyseisellä yrityksellä on tavallisesti huomattavasti suurempi markkinaosuus kuin seuraavalla kilpailijalla sulautuman jälkeen. Lisäksi oligopolistisilla markkinoilla toteutetut sulautumat, joilla poistetaan suuret kilpailupaineet, joita sulautuman osapuolet olivat aiemmin kohdistaneet toisiinsa, yhdessä jäljellä oleviin kilpailijoihin kohdistuvan kilpailupaineen pienentämisen kanssa voivat myös johtaa merkittävään haittaan kilpailulle, vaikka oligopolin jäsenten välinen yhteensovittaminen ei olisikaan todennäköistä.*
128. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo selvitystensä perusteella, että Uponorin ja KWH Pipen liiketoiminnat yhdistävä yrityskauppa estää olennaisesti tehokkaan kilpailun useilla jäljempänä tarkemmin kuvatuilla muovisten infrastruktuuriputkien markkinoilla Suomessa. Tehokkaan kilpailun olennainen estyminen on seurausta keskittymälle näillä markkinoilla syntyvästä määrävästä markkina-asemasta.

6.5.1.2. Yrityskaupan osapuolten markkinaosuudet ja alan keskittymisindeksit

129. Yrityskaupan osapuolten markkinaosuudet ja muut vastaavat rakenteelliset mittarit, kuten Herfindahl-Hirschman-indeksi (HHI), antavat usein käytännöllisen ensimmäisen viitteen syntyvän keskittymän markkinavoimasta. Erittäin korkeiden markkinaosuuksien voidaan yleensä katsoa viittaavan merkittävän markkinavoiman olemassaoloon, kun taas erittäin alhaisten markkinaosuuksien voidaan yleensä katsoa viittaavan sen puuttumiseen. Mitä suurempi on kahden suurimman yrityksen välinen markkinaosuuksien ero ja mitä hajautuneemmat ovat muiden kilpailijoiden markkinaosuudet, sitä suurempi on todennäköisyys, että korkean markkinaosuuden haltijalla on merkittävää markkinavoimaa.¹⁵
130. Horisontaalisten sulautumien arvioinnista annetuissa komission suuntaviivoissa markkinaosuustasoista todetaan seuraavasti¹⁶:
131. *Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan erittäin suuret markkinaosuudet – 50 prosenttia tai enemmän – voivat jo sinällään olla todiste määrävästä markkina-asemasta. Pienemmillä kilpailijoilla voi kuitenkin olla riittävästi rajoittavaa vaikutusta, jos niiden esimerkiksi on mahdollista ja niillä on kannustin lisätä toimitusmääriään. Sulautuma, jossa on osapuolena yritys, jonka markkinaosuus pysyy 50 prosentin alapuolella sulautuman jälkeen, voi myös aiheuttaa kilpailuongelmia muiden tekijöiden osalta, joita ovat*

¹⁵ Kilpailuviraston yrityskauppasuuntaviivat, s. 71.

¹⁶ Komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004), kappale 17.

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 määrävän aseman syntymiseen tai vahvistumiseen.

132. Uponor ja KWH Pipe ovat markkinajohtajia infrastruktuuriputkien markkinoilla Suomessa. Kuten edellä on todettu, [...]. [...]. Yrityskaupassa yhdistyvät siten markkinoiden ensimmäiseksi ja toiseksi suurimmat toimijat, joiden yhteinen markkinaosuus tulisi olemaan noin [60-70] %.
133. Jäljempänä seuraavissa kappaleissa arvioidaan tarkemmin osapuolten asemaa eri putkityyppien markkinoilla. Osapuolten virastolle antamien tietojen perusteella niiden markkinaosuudet viraston ongelmallisiksi havaitsemien markkinoiden osalta Suomessa ovat seuraavat:

Paineputkistot

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
20-63 mm	[30 – 40]%	[20 – 30] %	[50 – 60]%
63-560 mm	[20 – 30]%	[30 – 40] %	[50 – 60]%
630 mm -	[60 – 70] %	[10 – 20] %	[70 – 80]%

Hulevesijärjestelmät

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
110 - 400 mm	[40 – 50]%	[10 – 20]%	[50 – 60]%
450 - 1000 mm	[50 – 60]%	[10 – 20]%	[70 – 80]%
> 1000 mm	[0 – 5]%	[80 – 90]%	[80 – 90]%

Viettoviemärijärjestelmät

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
160 mm	[20 – 30]%	[20 – 30]%	[50 – 60]%
200 - 400 mm	[30 – 40]%	[30 – 40]%	[60 – 70]%
Viemäri > 400 mm	[10 – 20]%	[70 – 80]%	[80 – 90]%

Salaojajärjestelmät

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
Peltosalaojitus	[30 – 40]%	[20 – 30]%	[60 – 70]%
Tekninen kuivatus	[30 – 40]%	[20 – 30]%	[50 – 60]%

Kiinteistöviemärijärjestelmät

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
Putket 32-110	[20 – 30] %	[20 – 30] %	[50 – 60] %

Kaapelinsuojaputkistot

	Uponor	KWH Pipe	Yhteensä
	[30 – 40] %	[20 – 30] %	[50 – 60] %

134. Kuten edellä olevista luvuista voidaan havaita, keskittymän markkinaosuudet ja päällekkäisyydet ovat useilla markkinoilla merkittävät ja viite jo sinällään huomattavasta markkinavoimasta. Keskittymän markkinaosuus on useilla markkinoilla moninkertainen verrattuna seuraavaksi suurimman kilpailijan markkinaosuuteen.
135. Vaikka markkinaosuudet ja muut keskittymisen mittarit tarjoavat yleensä vain ensimmäisen viitteen markkinavoiman olemassaolosta tai sen lisääntymisestä, ne ovat kuitenkin olennainen osa yrityskaupan arviointia. Yhdyskuntarakentamisessa käytettyjen muoviputkien markkinat ovat verrattain kypsät perusteellisuuden markkinat, joilla yritykset tuottavat varsin homogeenisia tuotteita. Tämän tyyppisillä markkinoilla markkinaosuudet tarjoavat tyypillisesti luotettavan indikaation yritysten kilpailuasemasta. Uponorin ja KWH Pipen yhdistyessä korkeat markkinaosuudet ja keskittymisindeksit tarjoavat siten vahvan viitteen markkinavoiman käsillä olosta ja vahvistumisesta tässä yrityskaupassa. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan itse tuotteet infrastruktuuriputkien markkinoilla ovat varsin homogeeniset. Differentiaatiota tuottajien välille syntyy kuitenkin muun muassa yritysten tuotantolaitosten maantieteellisestä sijainnista kuljetuskustannusten kautta. Lisäksi eroja on yritysten tuotevalikoiman kattavuudessa, tuotemerkkien vahvuudessa sekä asiakassuhteiden vakiintuneisuudessa.
136. Myös kaupan osapuolten markkinaosuuksien perusteella lasketut Herfindahl-Hirschman-indeksit kertovat huomattavasta markkinoiden keskittymisestä. Indeksien perusteella infrastruktuuriputkien markkinat ovat jo ennestään hyvin keskittyneet ja yrityskaupan myötä keskittyminen lisääntyy entisestään:

Paineputkistot

	HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
20-63 mm	[...]	[...]	[...]
63-560 mm	[...]	[...]	[...]
630 mm -	[...]	[...]	[...]

Hulevesijärjestelmät

	HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
110 - 400 mm	[...]	[...]	[...]
450 - 1000 mm	[...]	[...]	[...]
> 1000 mm	[...]	[...]	[...]

Viettoviemärijärjestelmät

	HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
160 mm	[...]	[...]	[...]
200 - 400 mm	[...]	[...]	[...]
Viemäri > 400 mm	[...]	[...]	[...]

Salaojajärjestelmät

	HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
Peltosalaojitus	[...]	[...]	[...]
Tekninen kuivatus	[...]	[...]	[...]

Kiinteistöviemärijärjestelmät, putket 32-110 mm

HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
[...]	[...]	[...]

Kaapelinsuojaputkistot

HHI ennen yritys- kauppaa	HHI yrityskaupan jälkeen	HHI:n muutos
[...]	[...]	[...]

137. Uponorin ja KWH Pipen markkinaosuuksien perusteella lasketut keskittymisindeksit infrastruktuuriputkien markkinoilla ovat erittäin korkeat ja yrityskaupan tuoma lisäys HHI-keskittymisindeksiin merkittävä.
138. Horisontaalisten sulautumien arvioinnista annetuissa komission suuntaviivoissa Herfindahl-Hirschman-indeksistä todetaan seuraavaa¹⁷:
139. Markkinoiden yleinen keskittymistaso voi myös antaa viitteitä kilpailutilanteesta. Keskittymistasojen mittaamiseksi komissio käyttää usein Herfindahl-Hirschman-indeksiä (HHI). HHI saadaan laskemalla yhteen

¹⁷ Komission suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista (2004), kappale 17.

kaikkien markkinoilla toimivien yritysten yksittäisten markkinaosuuksien neliöt. HHI:ssä painottuvat suhteellisesti enemmän suurten yritysten markkinaosuudet. Vaikka on parasta ottaa laskennassa huomioon kaikki yritykset, erittäin pieniä yrityksiä koskevien tietojen puute ei ole olennaista, koska nämä yritykset eivät vaikuta HHI:hin merkittävästi. Vaikka HHI:n absoluuttinen taso voi osoittaa alustavasti kilpailupaineen sulautuman jälkeisillä markkinoilla, HHI:n muutos (niin sanottu "delta") on hyödyllinen osoitus sulautuman suoraan aiheuttaman keskittymistason muutoksesta.

140. Komissio on suuntaviivoissaan tuonut esille, että se ei todennäköisesti havaitse horisontaalisia kilpailuongelmia markkinoilla, joilla HHI on sulautuman jälkeen alle 1000. Tällaiset markkinat eivät komission mukaan yleensä edellytä tarkkaa analyysiä. Komissio ei todennäköisesti myöskään havaitse horisontaalisia kilpailuongelmia yrityskaupassa, jossa HHI on sulautuman jälkeen 1 000–2 000 ja delta alle 250, tai sulautumassa, jossa HHI on yli 2 000 ja delta alle 150, paitsi jos tapaukseen liittyy eräitä suuntaviivoissa mainittuja erityisolosuhteita - esimerkiksi jos kaupan osapuoli on potentiaalinen kilpailija, merkittävä innovoija tai ns. "villi" yritys.
141. Komissio ei ole näiden "turvasatamien" ohella tuonut esille HHI-arvoja, joiden ylittyessä komissio katsoisi yrityskaupan lähtökohtaisesti edellyttävän tarkempaa analyysiä ja selvityksiä. Yleisesti markkinoiden katsotaan kuitenkin olevan keskittyneet, kun HHI ylittää pistearvon 1800. Yhdysvaltojen kilpailuviranomaisten horisontaalisista yrityskaupoista antamien suuntaviivojen mukaan markkinat ovat kohtalaisen keskittyneet HHI:n ollessa välillä 1800-2500 ja erittäin keskittyneet, jos HHI ylittää 2500. Suuntaviivojen mukaan yrityskauppojen, jotka lisäävät HHI:tä erittäin keskittyneillä markkinoilla yli 200 pisteellä, oletetaan lähtökohtaisesti lisäävän keskittymän markkinavoimaa.¹⁸
142. Edellä olevista taulukoista ilmenevällä tavalla Uponor/KWH-keskittymän jälkeen HHI-keskittymisindeksi saa eri infrastruktuuriputkien markkinoilla Suomessa arvon väliltä [...]. HHI:n muutos vaihtelee välillä [...]. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan HHI-indeksit viittaavat omalta osaltaan siihen, että jo ennestään huomattavan keskittyneet muovisten infrastruktuuriputkien markkinat uhkaavat keskittyä yrityskaupan seurauksena selvästi nykytasostaan.

6.5.1.3. Yrityskaupan osapuolten välinen kilpailu ja tuotemerkit

143. Joillakin hyödykemarkkinoilla perinteinen markkinaosuustarkastelu ei välttämättä kerro riittävästi yrityskaupan osapuolten markkinavoimasta. Markkinoilla saattaa toimia useita yrityksiä, mutta niiden toistensa taholta kohtaama kilpailupaine saattaa vaihdella yrityksestä toiseen esimerkiksi siten, että yritysten A ja C tuotteet ovat keskenään voimakkaammassa

¹⁸ *Horizontal Merger Guidelines* issued by the Department of Justice and the Federal Trade Commission (2010).

kilpailuasetelmassa, kuin yritysten A ja B. Tästä ilmiöstä käytetään nimitystä kilpailun läheisyys, ja se ilmenee erityisesti sellaisilla markkinoilla, joilla tuotteet ovat heterogeenisiä. Tällaisilla markkinoilla kilpailun toimivuuteen yrityskaupan jälkeen vaikuttaa se, kuinka läheisiä kilpailijoita yrityskaupan osapuolet ovat keskenään. Mitä paremmin toisiaan korvaavia osapuolten tuotteet ovat, sitä todennäköisemmin hintoja on mahdollista nostaa kannattavasti yrityskaupan jälkeen.

144. Esimerkiksi sellainen yrityskauppa, jonka osapuolina on kaksi markkinatoimijaa, joiden tuotteita useat asiakkaat pitävät ensimmäisenä ja toisena vaihtoehtonaan, voi johtaa merkittävään hinnankorotukseen.¹⁹ Tämä johtuu käytännössä siitä, että ennen yrityskauppaa yrityksen tekemä hinnannosto olisi johtanut kysynnän siirtymiseen lähimpään korvaavaan tuotteeseen ja ollut siten kannattamatonta. Läheisten kilpailijoiden yhdistyessä yrityskaupalla kysyntä hinnannoston jälkeen siirtyy ainakin jossakin määrin toiseen, nyt saman yrityksen tuotteeseen, mikä voi tehdä aiemmin kannattamattoman hinnankorotuksen kannattavaksi.²⁰
145. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan itse tuotteet infrastruktuuriputkien markkinoilla ovat varsin homogeeniset. Differentiaatiota tuottajien välille syntyy kuitenkin muun muassa yritysten tuotantolaitosten maantieteellisestä sijainnista kuljetuskustannusten kautta. Lisäksi eroja on yritysten tuotevalikoiman kattavuudessa, tuotemerkkien vahvuudessa sekä asiakassuhteiden vakiintuneisuudessa.
146. [...] mukaan aktiivisimmat yhdyskuntatekniikan putkijärjestelmiä tarjoavat toimijat Suomessa ovat [...].²¹
147. KWH:n [...].²²
148. Kuten edellä markkinaosuuksia koskevasta kappaleesta käy ilmi, KWH Pipe on infrastruktuuriputkien markkinoilla [...] Uponoria [...]. Uponor on sen sijaan KWH:ta selvästi vahvemmin läsnä rakennusten sisäpuolelle asennettavien taloteknisten putkien markkinoilla Suomessa, mikä tekee Uponorista markkinaykkösen muoviputkien markkinoilla kokonaisuudessaan.
149. Tämä käy ilmi myös Taloustutkimus Oy:n syksyllä 2009 toteuttamasta [...], jossa tutkittiin [...]. Tutkimuksen mukaan [...]. Parhaat yleisarvosanat

¹⁹ Komission horisontaalisia sulautumia koskevat suuntaviivat, kohta 28.

²⁰ Esim. komission päätös asiassa COMP/M.2817 *Barilla / BPL / Kamps*, kohta 34.

²¹ [...]

²² [...]

tutkimuksessa saivat niin ikään [...].[...]. [...]. Tutkimuksessa [...] tunti kaiken kaikkiaan [...]. Tutkimuksen mukaan alan yritysten saamat [...].²³

150. Myös Uponor on tunnistanut KWH:n ja itsensä välisen kilpailuasetelman. [...]²⁴:
151. [...].
152. Saamiensa selvitysten sekä edellä mainittujen tutkimusten perusteella virasto katsoo, että Uponor ja KWH ovat toistensa lähimmät kilpailijat Suomen muoviputkimarkkinoilla. Siten yrityskauppa viraston arvion mukaan todennäköisesti aiheuttaa voimakkaampaa kilpailun vähenemistä markkinoilla kuin puhtaan markkinaosuustarkastelun perusteella voidaan päätellä.
153. Myös vahvat tuotemerkit saattavat antaa markkinatoimijalle markkinaosuuttaan suurempaa markkinavoimaa. Komissio on tapauskäytännössään katsonut, että kahden tai useamman vahvan tuotemerkin yhdistyminen yrityskaupan seurauksena voi aiheuttaa pelkkien markkinaosuuksien perusteella arvioitua huomattavasti voimakkaampia kilpailuvaikutuksia.²⁵ Vahvaan tuotemerkkiin liittyvä asiakasuskollisuus voi vähentää hinnankorotuksesta aiheutuvan myynnin menetyksen määrää ja siten tehdä hinnankorotuksesta kannattavaa.²⁶ Toisaalta vahva tuotemerkki voi vähentää asiakkaiden neuvotteluvoimaa.²⁷
154. Uponorin sisäisessä materiaalissa [...].²⁸ [...] KWH:n sisäisessä materiaalissa [...].²⁹
155. Uponorin tuotteita voidaan pitää tukkukaupoille Suomessa niin sanottuina pakkohankintoina. Kolme suurinta LVI-tukkukauppaa kattaa Suomessa valtaosan tukkukaupan markkinoista. Uponorin tuotteet kuuluvat jokaisen näiden kolmen tukkukaupan valikoimaan, toisin kuin esimerkiksi KWH:n tai Pipelifen tuotteet. Viraston käsityksen mukaan Uponorin tuotteet ovat olleet edustettuina näissä tukkukaupoissa jo vuosia yhtäjaksoisesti.
156. Uponor ja KWH ovat toistensa läheisimmät kilpailijat. Osapuolten tuotemerkeillä, ja erityisesti Uponorin tuotemerkillä, on vahva asema Suomessa. Nyt perustettavan yhteisyrityksen seurauksena Uponorin ja

²³ Taloustutkimus Oy. [...].

²⁴ [...]

²⁵ Esimerkiksi komission päätökset asioissa COMP/M.1672 *Volvo / Scania*, COMP/M.430 *Procter & Gamble / VP Schickendanz (II)* ja IV/.M.190 *Nestlé / Perrier*.

²⁶ Komission päätös asiassa COMP/M.430 *Procter & Gamble / VP Schickendanz (II)*, kohdat 156–159.

²⁷ Komission päätös asiassa IV/.M.190 *Nestlé / Perrier*, kohta 79.

²⁸ [...]

²⁹ [...]

KWH:n keskinäinen kilpailu relevanteilla markkinoilla poistuu kokonaan. Yhteisyritys toimii ja sen tuotteita markkinoidaan ja myydään Uponor-nimen alla. Kun otetaan huomioon yrityskaupan osapuolten jo ennestään erittäin vahva asema relevanteilla markkinoilla, osapuolten välisen kilpailun poistuminen sekä vahvat tuotemerkit, Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että yhteisyrittäksellä on mahdollisuus kannattavasti nostaa hintojaan yrityskaupan jälkeen.

6.5.1.4. Kilpailupaine kaupan osapuolten välillä

157. Kilpailupaineen poistuminen Uponorin ja KWH Pipen väliltä kasvattaa keskittymän markkinavoimaa huomattavasti yrityskauppaa edeltävään tilanteeseen verrattuna. Yrityskaupan toteuttaminen tekee keskittymälle mahdolliseksi ja kannattavaksi nostaa hintoja edellä mainituilla yhdyskuntarakentamisessa käytettyjen muoviputkien markkinoilla. Keskittymän kilpailijoiden odotettavissa olevat reaktiot eivät mm. toimijoiden välisten eroavaisuuksien vuoksi tee keskittymän hinnankorotuksista kannattamattomia. Myöskään kaupan osapuolten esittämät lieventävät tekijät, kuten potentiaalinen kilpailu ja asiakkaiden neuvotteluvoima, eivät ole riittäviä tasapainottamaan keskittymälle syntyvän määräävän markkina-aseman mukanaan tuomia haitallisia kilpailuvaikutuksia.
158. Yrityskaupan välittömin vaikutus on kilpailun poistuminen yrityskaupan osapuolten väliltä. Jos toinen osapuoli olisi ennen yrityskauppaa korottanut hintojaan, se olisi menettänyt osan myynnistään toiselle kaupan osapuolelle. Ottaen huomioon Uponorin ja KWH:n merkittävät markkinaosuudet ja päällekkäisyydet useilla infrastruktuuriputkien markkinoilla sekä osapuolten läheisyys toistensa kilpailijoina, ennen yrityskauppaa toteutettu hinnankorotus olisi johtanut huomattavaan myynnin menettämiseen toiselle kaupan osapuolelle. Yrityskaupan jälkeen nämä "menetykset" pysyvät Uponor/KWH-keskittymän sisällä ja tekevät hinnannoston kannattavaksi.
159. Uponorin ja KWH:n välisen yrityskaupan aikaansaama tuotantokapasiteettien yhdistyminen pienentää keskittymään kohdistuvaa kilpailupainetta ja kasvattaa sen markkinavoimaa. Keskittymässä markkinoiden kahden ylivoimaisesti suurimman toimijan tuotantokapasiteetit yhdistyvät samoihin käsiin, minkä johdosta keskittymällä on vastassaan huomattavasti vähemmän kilpailevaa tuotantokapasiteettia ja ylikapasiteettia kuin vastaavasti Uponorilla ja KWH:lla ennen yrityskauppaa. Kilpailevan kapasiteetin vähentyminen lisää keskittymän markkinavoimaa ja mahdollistaa tuotteiden hintojen korotukset yrityskaupan jälkeen. Vaikka osapuolten kilpailijoilla on jossain määrin vapaata kapasiteettia käytössään, ylikapasiteetin määrä ei ole riittävä takaamaan kilpailupaineen säilymistä kaikilla ongelmallisiksi todetuilla infrastruktuuriputkien markkinoilla.

6.5.1.5. Kilpailun parametrit infrastruktuuriputkien markkinoilla

160. Yrityskaupan osapuolten taloustieteellinen neuvonantaja Tempo Economics katsoo analyysissään, [...].³⁰ [...]
161. Kuten Tempon raportissa todetaan, [...]. Ääritulkintana tämä tarkoittaa sitä, että duopoli johtaa samaan tulemaan kuin täydellinen kilpailu, jossa hintataso vastaa tuotannon rajakustannuksia ja yrityksillä ei ole markkinavoimaa. [...]
162. Tempon mukaan [...]:
- [...].
 - [...].
 - [...].
 - [...].
 - [...].
163. Kilpailu- ja kuluttajavirasto esittää kieltoesityksensä liitteessä kattavan kritiikin Tempon yrityskauppa-analyysistä. Jo tässä yhteydessä voidaan kuitenkin todeta, että viraston asiassa tekemät selvitykset eivät tue käsitystä infrastruktuuriputkimarkkinoiden [...]. Tämän perusteella olisi pääteltävissä, että putkimarkkinat ovat hyvin kilpailulliset. Tempo on tehnyt laskelmansa Uponorin ja KWH:n toimittamilla aineistoilla, jotka sisältävät kattavasti tietoa yrityskaupan osapuolten katteista eri infrastruktuuriputkien tuoteryhmissä. Marginaalit luonnollisesti vaihtelevat, [...].
164. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan selvästi.[...]. Vaikka itse tuotteet ovat varsin homogeeniset, differentiaatiota tuottajien välille syntyy muun muassa maantieteellisistä etäisyyksistä eli kuljetuskustannuksista. Mitä lähempänä asiakasta tehdas sijaitsee, sen suurempi kilpailuetu tuottajalla on. Tästä viitettä ilmenee mm. Suomen Käyttömuovi Oy:n virastolle antamasta selvityksestä: ”Suomessa tällä hetkellä 3 ”suurta” toimijaa: Uponor, KWH ja Pipelife. Heidän toimintansa markkinoilla lienee samanlaista, jokainen vahvimillaan omien tehtaidensa lähimarkkinoilla.” Uponorin ja KWH Pipen tehtaot sijaitsevat Etelä-Suomessa lähellä suurimpia kysynnän volyymejä. Pipelifen tehtaot sijaitsevat Oulun seudulla Utajärvellä sekä Suomen ja Ruotsin rajalla Haaparannassa, minkä vuoksi Pipelifen täytyy tuotteita Etelä-Suomeen myydessään kattaa kaupan osapuoliin nähden suuremmat kuljetuskustannukset. Yrityskauppa-asiassa tehdyllä tarkastuksella koottu aineisto sisältää myös KWH:n [...]³¹. [...]³².

³⁰ [...]

³¹ [...]

³² [...]

165. Esityksen liitteenä 1 olevassa relevantteja maantieteellisiä markkinoita koskevassa raportissa osoitetaan, että kuljetuskustannukset vaikuttavat yritysten kilpailuasetelmaan myös kotimaan sisällä. Kaupan osapuolten transaktioaineistojen perusteella muodostettu kartta tukee käsitystä siitä, että myös kotimaan markkinat ovat jakautuneet osapuolten tehtaiden sijainnin mukaisesti: KWH on vahvimmillaan länsirannikolla ja Uponor etelämpänä ja itäisessä Suomessa.
166. Tuotantolaitosten sijainnin ohella differentointia keskittymän ja sen kilpailijoiden välille syntyy aiempaan kerrotulla tavalla myös yritysten tuotevalikoimasta, Uponorin ja KWH:n vahvoista brändeistä ja tunnettuudesta asiakaskunnassa sekä vakiintuneista asiakassuhteista muun muassa LVI-tukkuihin nähden.
167. Infrastruktuuriputkien markkinoita yrityskauppaa edeltävässä tilanteessa luonnehtii siten ylikapasiteetin olemassaolo (josta valtaosa kaupan osapuolilla) sekä selvästi [...] [...] viestivät siitä, että edes ennen yrityskauppaa kilpailu markkinoilla ei ole erityisen intensiivistä ja että yrityskaupan osapuolilla on jo nyt tietystä määrin markkinavoimaa. [...] Osapuolten huomattavasta ylikapasiteetista huolimatta näin ei ole tapahtunut, mikä puhuu sitä vastaan, että markkina noudattelisi Tempon esittämällä tavalla [...].

6.5.1.6. Kilpailijoiden odotettavissa olevat reaktiot

168. Uponor ja KWH ovat infrastruktuuriputkimarkkinoiden kaksi suurinta toimijaa, joiden välisen kilpailupaineen poistuminen yrityskaupan myötä vähentää markkinoiden kilpailun intensiteettiä huomattavasti. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan kilpailijoilla ei ole myöskään kannustimia reagoida keskittymän hintojen korotukseen siten, että hinnannosto muodostuisi keskittymälle kannattamattomaksi. Suuri osa kilpailijoista ei ole virastolle antamissaan vastauksissa nähnyt yrityskauppaa ongelmallisena, mistä ei kuitenkaan voida tehdä johtopäätöstä, etteivät kilpailijat itse hyötyisi kauppaa seuraavasta hintojen noususta.
169. Kuten Kilpailuviraston sekä komission yrityskaupasuuntaviivoissa todetaan, myös sulautuman ulkopuoliset yritykset samoilla markkinoilla voivat hyötyä kilpailupaineen vähentymisestä yrityskaupan jälkeen. Sulautuvien yritysten hinnankorotuksen myötä osa kysynnästä voi siirtyä kilpaileville yrityksille, jotka puolestaan voivat katsoa kannattavaksi korottaa hintojaan.
170. Kuten edellä on todettu, Uponorin ja KWH:n välinen yrityskauppa poistaa kilpailupaineen osapuolten väliltä ja yhdistää valtaosan alan tuotantokapasiteetista yksiin käsiin. Kilpailevan kapasiteetin vähentyessä keskittymän markkinavoima kasvaa huomattavasti, mikä tekee mahdolliseksi korottaa hintoja yrityskaupan jälkeen. Hintojen korotus puolestaan vähentää kilpailupainetta, jonka keskittymän kilpailijat kohtaavat.

Eräiden taloustieteen asiantuntijoiden Euroopan komissiolle laatimassa raportissa näitä yrityskaupan unilateraaleja vaikutuksia kuvataan seuraavasti³³:

171. *A merger reduces the competitive pressure faced by the non-merging firms.*
172. *Indeed, given that the merged entity raises the prices of its products, the demand for the products of competitors is higher in the post-merger situation. Moreover, as the discipline imposed by the prices set by the merged firm diminishes and its products become less attractive to consumers, competitors will face a lower risk of losing their clientele by substitution toward these products. Typically, competitors will raise their own prices in reaction to the merger.*
173. *The reaction of competitors to the merger is to raise prices.*
174. *As mentioned above, the demand faced by the competitors of the merged entity increases as a consequence of the less competitive behavior of the merged entity. The competitors react by increasing their own prices, but it should be pointed that although this reaction mitigates the initial increase in their demand, it will not offset them completely. In other words, the reaction of competitors to a price increase by the merged entity is typically such that both the prices and the sales of these firms will be higher than in the pre-merger situation.*
175. Edellä olevassa lainauksessa todetulla tavalla Uponsorin ja KWH Pipen kilpailijoilla ei ole kannustimia vastata aggressiivisesti hintojen nousuun: niiden intressissä on hyödyntää niitä kohtaava kasvanut kysyntä nostamalla myös omia hintojaan, koska niiden on samalla mahdollista lisätä myös myyntimääriään. Tilanne olisi toinen, jos kysymyksessä olisi Tempon kuvaamalla tavalla kilpailu puhtaasti homogeenisten tuotteiden markkinoilla ilman differoivia tekijöitä ja kapasiteettirajoitteita. [...] Kuitenkin infrastruktuuriputkien markkinoilla keskittymän osapuolilla on selviä kilpailuetuja kilpailijoihinsa nähden ja kuten edellä on todettu, ainakin [...].
176. Mitä läheisempiä substituutteja markkinoilla toimivien yritysten tuotteet ovat keskenään, sen lähemmäs rajakustannusta yritysten hinnoittelu asettuu. Edellä todetut Uponsorin ja KWH:n marginaalit viittaavat siihen, että infrastruktuuriputkien markkinoilla kilpailijoiden välillä on erottavia tekijöitä, [...].
177. Kaupan osapuolten suurimpien kilpailijoiden osalta voidaan todeta, että Pipelife on tällä hetkellä vain vähäisessä määrin läsnä suorassa

³³ Marc Ivaldi, Bruno Jullien, Patrick Rey, Paul Seabright, Jean Tirole (IDEI, Toulouse): The Economics of Unilateral Effects (November 2003). Interim Report for DG Competition, European Commission. Ks. Internet-osoite http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_unilateral_effects_en.pdf

projektimyynnissä (yksityinen ja julkinen) ja keskittyy lähinnä jakeluun LVI-tukkujen kautta. Meltex taas ei ole juuri mukana LVI-tukkuportaassa, lukuun ottamatta omia myymälöitään. Nykyisessä ylikapasiteettitilanteessa näillä keskeisillä kilpailijoilla olisi mahdollisuus jo nyt tarjota tuotteitaan aktiivisemmin muihin jakelukanaviin ja kohentaa siten kapasiteetin käyttöastettaan sekä saada lisämarginaaleja. Lisämyynnit olisivat mahdollisia pienen hinnanlaskun turvin. Se, että Pipelife ja Meltex eivät tällä hetkellä toimi näin, kertoo niiden maksimoivan voittonsa sellaisella kapasiteetin käyttöasteella, joka on selvästi alle täyden kapasiteetin.

178. Markkinoiden ominaispiirteet puhuvat siten sen puolesta, että kilpailijat reagoisivat keskittymän hinnannostoon sekä nostamalla hintojaan että lisäämällä tuotantomääriään. Vaikka keskittymä omalla hinnankorotuksellaan menettää osan myynneistään kilpailijoille, korotus on silti kannattava ja kaikki valmistajat hyötyvät tilanteesta. Virasto ei siten pidä todennäköisenä, että yrityskaupan jälkeen kilpailupaine pienempien kilpailijoiden taholta lisääntyisi merkittävästi.
179. Uponorin ja KWH:n sisäisissä asiakirjoissa ja sähköpostiviesteissä esitetyt näkemykset kilpailijoista ja niiden kaupan osapuolille aiheuttamasta kilpailupaineesta [...] yrityskauppailmoituksessa on virastolle esitetty.
180. KWH [...].³⁴ Uponorin sisäisessä [...].³⁵
181. KWH:n näkemyksen mukaan [...].³⁶ Uponorin näkemyksen mukaan [...].³⁷ Uponor näkee, että [...].³⁸
182. [...].³⁹ [...].⁴⁰
183. [...].⁴¹ [...].⁴² [...].⁴³
184. [...].⁴⁴ [...].⁴⁵ [...].⁴⁶

³⁴ [...]
³⁵ [...]
³⁶ [...]
³⁷ [...]
³⁸ [...]
³⁹ [...]
⁴⁰ [...]
⁴¹ [...]
⁴² [...]
⁴³ [...]
⁴⁴ [...]
⁴⁵ [...]
⁴⁶ [...]

185. Kilpailu- ja kuluttajavirasto toteaa yhteenvedona edellisestä, että sekä markkinoiden ominaispiirteet että osapuolten sisäiset [...] viittaavat siihen, ettei keskittymän kilpailijoilla ole kykyä tai kannustinta reagoida aggressiivisesti keskittymän mahdollisiin hinnankorotuksiin.

6.5.1.7. Asiakkaiden neuvotteluvoima

186. Kaupan osapuolet ovat korostaneet LVI-tukuilla ja muilla suurilla asiakkailla olevaa vahvaa neuvotteluasemaa, joka osaltaan rajoittaisi keskittymän markkinavoimaa. Kilpailu- ja kuluttajavirasto toteaa, että yhden merkittävän toimijan poistuminen markkinoilta on omiaan vähentämään asiakkaiden neuvotteluvoimaa. Tämä puolestaan on omiaan lieventämään kilpailun intensiteettiä jäljelle jäävien tarjoajien välillä.
187. Ostajien neuvotteluaseman kannalta yhden merkittävän vaihtoehtoisen hankintalähteen poistuminen on haitallista. Uponorilla ja KWH:lla on paljon yhteisiä asiakkaita, jotka ostavat tuotteita nykyisin molemmilta kaupan osapuolilta. Keskittymän markkinavoima suhteessa näihin asiakkaisiin kasvaa.
188. Useat asiakkaat kilpailuttavat tarjoajia tai neuvottelevat hankinnoistaan useamman kuin yhden toimittajan kanssa. Niillekin asiakkaille, jotka eivät ole ostaneet molemmilta kaupan osapuolilta, Uponor ja KWH ovat olleet keskenään vaihtoehtoisia potentiaalisia hankintalähteitä. Nyt merkittävä potentiaalinen hankintalähde poistuu markkinoilta ja asiakkaiden mahdollisuus vaihtaa toimittajaa ja kilpailuttaa hankintojaan heikkenee huomattavasti.
189. Infrastruktuuriputkien kuljetuskustannusten vuoksi kotimaiset valmistajat ovat yleensä selvässä etulyöntiasemassa putkia maahantuoviin yrityksiin nähden. Uponor/KWH-yrityskauppa vähentää asiakkaiden neuvotteluvoimaa, koska kilpailu kahden tärkeimmän kotimaisen valmistajan väliltä poistuu, eivätkä ulkomaiset valmistajat useissa tilanteissa muodosta vastaavaa vaihtoehtoa suhteellisen suurten tuontikustannusten vuoksi.

6.5.1.8. Tuotantokapasiteetti

190. Kilpailuviraston yrityskauppasuuntaviivoissa todetaan, että arvioitaessa yrityskaupan kilpailuvaikutuksia homogeenisten tuotteiden markkinoilla huomiota kiinnitetään kilpailijoiden määrään ja todelliseen merkitykseen markkinoilla, kuten kapasiteettirajoituksista johtuviin mahdollisuuksiin reagoida keskittymän toteuttamiin hinnankorotuksiin.⁴⁷ Kuten edellä on esitetty, Kilpailu- ja kuluttajaviraston näkemys on, että itse tuotteet infrastruktuuriputkien markkinoilla ovat varsin homogeeniset, mutta muun

⁴⁷ Kilpailuviraston yrityskauppasuuntaviivat, s. 74.

muassa tuotantolaitosten maantieteelliset etäisyydet sekä kaupan osapuolten vahvat tuotemerkit aiheuttavat eroja keskittymän ja sen kilpailijoiden välille. Tämän vuoksi keskittymän markkina-asema yrityskaupan jälkeen on vielä vahvempi kuin sen markkinaosuudet indikoivat.

191. Viraston arvion mukaan kilpailijoiden mahdollisuudet ja kannustimet vastata keskittymän toteuttamaan hinnannostoon ovat puutteelliset ensi sijassa keskittymällä olevan ylivoimaisen markkina-aseman ja kilpailuetujen vuoksi. Virasto on kuitenkin arvioinut myös kaupan osapuolten ja niiden tärkeimpien kilpailijoiden hallussa olevaa tuotantokapasiteettia sekä kilpailijoiden mahdollisuuksia kapasiteettinsa puitteissa vastata mahdolliseen keskittymän tuotteiden hinnannostoon yrityskaupan jälkeen. Muoviputkien kaltaisten homogeenisten tuotteiden markkinoilla kilpailupaine ja yrityksen markkinavoima riippuvat muun muassa kilpailijoiden tuotantokapasiteetin määrästä ja siitä, miten nämä voivat lyhyellä tähtäimellä vastata mahdollisen hinnankorotuksen aiheuttamaan lisääntyvään kysyntään. Tempo Economics katsoo [...]. On kuitenkin epätodennäköistä, että keskittymää huomattavasti pienemmät kilpailijat voisivat tuotantokapasiteettinsa puitteissa tyydyttää Suomen markkinoiden kysynnän ongelmallisiksi osoittautuneilla markkinoilla. Tempon viittaamat suuret toimijat, jotka tähän pystyisivät, ovat käytännössä Uponor ja KWH Pipe eli yrityskapan osapuolet.
192. Uponor/KWH-keskittymällä on yrityskaupan toteuttamisen jälkeen hallussaan ylivoimainen osa Suomen tuotantokapasiteetista yhdyskuntarakentamisen muoviputkijärjestelmissä (infrastruktuuriputkissa). Uponorilla on Nastolan tuotantolaitoksella [...] tuotantolinjaa ja Forssassa [...] tuotantolinjaa. Uponorin yritysryhmään kuuluvalla Jitalla on Virroilla lisäksi [...] tuotantolinjaa. KWH:lla on Vaasassa [...] tuotantolinjaa ja Ulvilassa [...] tuotantolinjaa. Uponor/KWH-keskittymällä on siten yhteensä [...] infrastruktuuriputkien tuotantolinjaa Suomessa. Tämän lisäksi Uponor valmistaa kaivoja [...]sekä KWH [...]. Myös Jita valmistaa kaivoja.
193. Pipelifen infrastruktuuriputkien tuotantolaitokset ovat Oulun lähellä Utajärvellä ja Ruotsissa Haaparannassa. Meltexin tuotantolaitokset ovat Jyväskylässä ja Kuhmoisissa. Sekä Pipelifella että Meltexillä on myös kaivotuotantoa.
194. Kun vertaillaan eri markkinatoimijoiden infrastruktuuriputkien tuotantolinjojen määrää, Uponor/KWH-keskittymällä on merkittävästi enemmän tuotantolinjoja verrattuna sen suurimpaan kilpailijaan Pipelifeen. Ilmoittajien muistion⁴⁸ mukaan [...]. Pipelife onkin esimerkiksi hulevesijärjestelmien ja viettoviemäreiden tuotannon lisäämisen osalta tuonut esiin mahdolliset

⁴⁸ [...]

kapasiteettirajoitteensa.⁴⁹ Meltex taas on selvästi Pipelifea pienempi toimija myös tuotantolinjakohtaisessa tarkastelussa. Ilmoittajien muistion⁵⁰ mukaan [...]. Infrastruktuuriputkia valmistavat Suomessa myös jotkin Uponoria ja KWH:ta erittäin merkittävästi pienemmät toimijat, joilla on käytössään 1-3 tuotantolinjaa. Kilpailijoista Wavin-Labkolla puolestaan ei ole lainkaan infrastruktuuriputkien valmistusta Suomessa.

195. Uponorin infrastruktuuriputkien kokonaistuotantokapasiteetti on noin [...] ja KWH:n noin [...]. Uponor/KWH-keskittymän kokonaistuotantokapasiteetti infrastruktuuriputkissa on ylivoimainen verrattuna sen kilpailijoihin, myös verrattuna suurimpaan kilpailijaan Pipelifeen.
196. Sekä tuotantolinjojen määrän että kokonaistuotantokapasiteetin osalta Uponor ja KWH ovat erikseenkin tarkasteltuina ennen yrityskaupan toteuttamista suurimmat toimijat Suomessa. Kahden suurimman toimijan tuotantokapasiteetin yhdistäminen kasvattaa keskittymän markkinavoimaa huomattavasti. Ennen yrityskauppaa Uponor ja KWH kohtasivat toistensa kilpailevan tuotantokapasiteetin, mutta yrityskaupan jälkeen kilpaileva kapasiteetti vähenee toisen osapuolen tuoman kapasiteettilisäyksen verran. Uponor ja KWH ovat olleet toistensa suurimmat kilpailijat myös tuotantokapasiteettia tarkasteltaessa. Tämä kilpailevan tuotantokapasiteetin jyrkkä väheneminen heikentää yrityskaupan osapuolten kohtaamaa kilpailupainetta, kasvattaa niiden markkinavoimaa ja mahdollistaa hintojen korotuksen yrityskaupan jälkeen.
197. Infrastruktuuriputkituotantolaitosten käyttöaste Suomessa on Tempon toimittaman raportin mukaan noin [...] %, joten valmistajilla on hallussaan vapaata kapasiteettia. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kilpailijoiden hallussa oleva vapaa kapasiteetti ja sen mahdollistama kilpailijoiden korvaavan tuotannon lisääminen rajoittaa Uponor/KWH-keskittymän mahdollisuuksia nostaa hintoja. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo kuitenkin, että ennen yrityskauppaa Uponor ja KWH kohtasivat kilpailevaa vapaata kapasiteettia merkittävimmin juuri toisiltaan. Yrityskaupan jälkeen Uponor/KWH-keskittymän kohtaama kilpaileva vapaa kapasiteetti vähenee merkittävästi. Edellä kerrotun mukaisesti kilpailijoiden tuotantokapasiteetti ja samalla myös niiden mahdollinen vapaa kapasiteetti on vähäisempää kuin kummankaan osapuolen. Virasto katsookin, että Uponorilla ja KWH:lla on niin laaja päällekkäisten infrastruktuuriputkituotteiden valikoima, että jos keskittymä päättäisi nostaa hintojaan kasvaneen markkinavoimansa mahdollistamana koko tuotevalikoimansa osalta, kilpailijat eivät niiden vapaan kapasiteetin puitteissa kykenisi reagoimaan ja lisäämään omaa tuotantoaan riittävästi ja kohtuullisessa ajassa. Kilpailijoiden vapaana olevan kapasiteetin lisäksi on myös edellä kerrotun mukaisesti otettava

⁴⁹ Muistio tapaamisesta 22.11.2012.

⁵⁰ [...]

huomioon, että kilpailijoilla ei välttämättä ole edes kannustimia reagoida aggressiivisesti Uponor/KWH-keskittymän hinnannostoon.

198. Uponorin sisäisessä sähköpostikirjeenvaihdossa [...].
199. [...] Kilpailu- ja kuluttajaviraston edellä esittämän arvion kanssa: yrityskaupan todennäköisenä seurauksena on keskittymän toteuttama hinnankorotus, joka puolestaan johtaa hintojen nostoon myös keskittymän kilpailijoiden taholta.

6.5.2. Relevantit hyödykemarkkinat – eri valmistusmateriaalinen keskinäinen korvaavuus

6.5.2.1. Pöyryn tekemä selvitys

200. Yrityskaupan ilmoittajat ovat esittäneet, että muoviputket kilpailevat samoilla relevanteilla hyödykemarkkinoilla muista materiaaleista, kuten betonista ja valuraudasta valmistettujen putkien kanssa. Asian selvittämiseksi Kilpailu- ja kuluttajavirasto on teettänyt asiantuntijaselvityksen konsulttiyhtiö Pöyryllä.

6.5.2.2. Materiaalin valinta

201. Konsulttiyritys Pöyryn tekemän selvityksen mukaan materiaalien käyttötarkoituksen asettamat vaatimukset määritellään standardeissa. Standardit määrittävät muun muassa tuotteen raaka-aineen, mitat, mittapoikkeamat, hyväksytyt rajat ja testausmenetelmät. Putkimateriaaleja koskevat standardien SFS, DIN ja ISO vaatimukset.
202. Putkijärjestelmien materiaalivalinta tehdään materiaalin fysikaalisten ja kemiallisten ominaisuuksien sekä putken hinnan, asennuskustannusten ja käyttöiän perusteella.
203. Fysikaalisista ja kemiallisista ominaisuuksista tärkeimmät ovat lujuus, korroosionkesto, liitostavan tiiviys, yli- ja alipaineenkesto, lämpötilankesto, hydrauliset ominaisuudet, kuljetus- ja varastointikestävyys sekä putken perustamisen vaatimukset. Esimerkiksi maahan asennettavissa putkissa putkikaivannon kustannukset ovat usein merkittävästi suuremmat kuin itse putkimateriaalin. Tämän vuoksi erityisesti vaikeissa asennusolosuhteissa ja tiheään asutulla alueella putkimateriaalin laatu ja sen käyttöiän merkitys korostuu ja hinnan merkitys pienenee.
204. Yleisimmin käytetyt materiaalit maanalaisissa putkijärjestelmissä ovat muovi, pallografiittirauta (SG-valurauta), teräs, ruostumaton teräs, betoni ja lujitemuovi. Näistä muovi ja SG-valurauta ovat yleisiä vesijohdoissa ja muovi ja betoni viemäreissä.
205. Kunnallisteknisissä hankkeissa suunnittelu tapahtuu joko suunnittelutoimiston tai oman organisaation toimesta. Rakennuttaja antaa yleensä tiedon käytettävästä putkimateriaalista tai käytettävistä

vaihtoehtoista suunnittelun lähtötiedoksi. Niissä olosuhteissa, joissa aiottu materiaali ei sovellu tai on kyse rakennuttajan toimintaan nähden poikkeuksellisesta hankkeesta, materiaalivalinta tarkastellaan suunnittelussa erikseen.

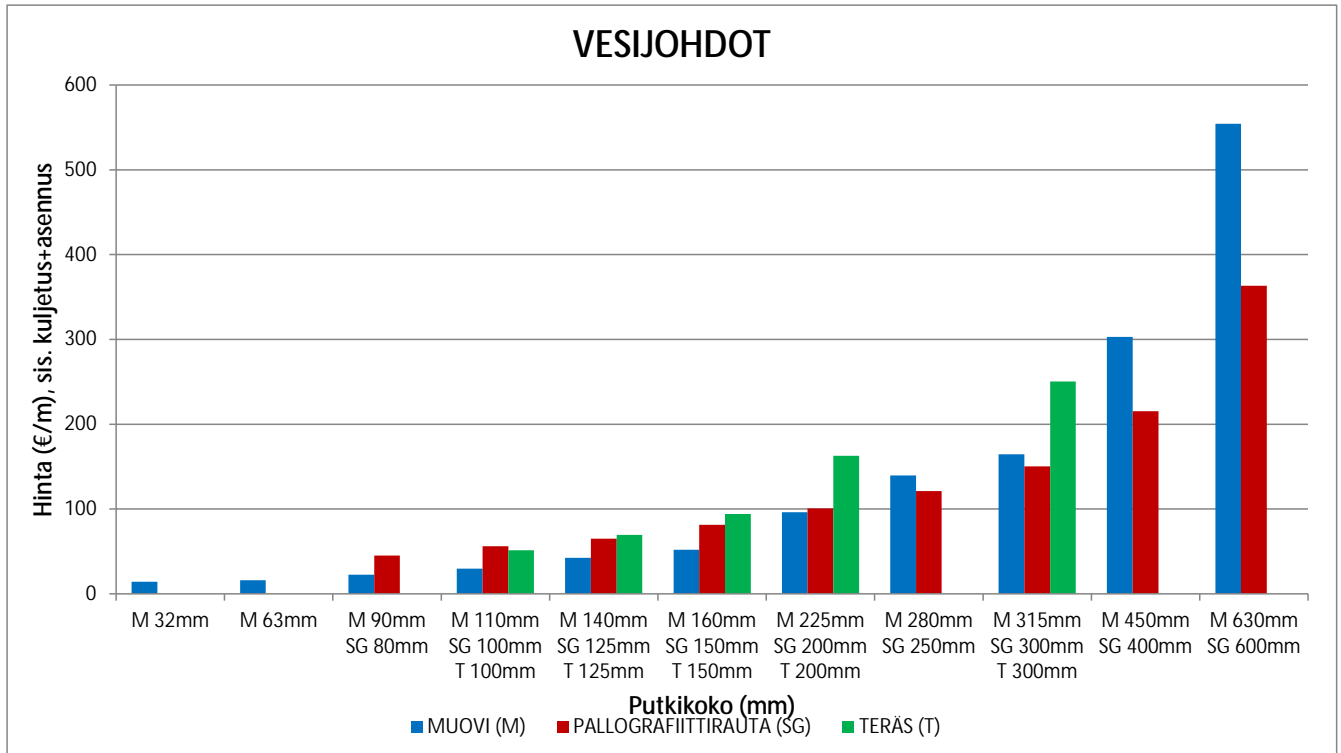
206. Hankkeen toteutus tapahtuu joko urakoitsijan tai oman organisaation toimesta. Rakennuttaja on joko hankkinut materiaalin tai materiaalihankinta sisältyy urakkaan. Urakoitsija ei tyypillisesti voi vaihtaa materiaalia.
 207. Suomessa kaupungit, kunnat ja vesihuoltolaitokset kilpailuttavat maahan asennettavat putkimateriaalit 1-4 vuoden välein puitetarjouskilpailuilla. Kilpailutuksella haetaan yleensä soveltuvinta ja halvinta ratkaisua.
 208. Suomessa maanalaisten putkien ja kaivojen materiaalivalinnat ovat kunta- ja/tai teollisuuslaitoskohtaisia ja ne perustuvat sisäisiin suosituksiin, käytännön kokemukseen ja standardeihin. Suuremmissa kunnissa ja kaupungeissa materiaalin valinta perustuu valittuun järjestelmään, jolla pyritään toimivan vesihuollon ja materiaalivarastojen optimiratkaisuun. Varastointitarvetta ja kustannuksia voidaan merkittävästi pienentää pyrkimällä eri putkimateriaalien, paineluokkien ja putkikokojen osalta mahdollisimman vähäiseen teknisesti ja taloudellisesti perusteltuun määrään.
 209. Tukkuliikkeiden toiminta markkinoilla perustuu suurten volyymien logiikkaan: suuret ostomäärät alentavat ostohintaa ja varmistavat kilpailukykyisen hinnoittelun perustan. Lisäksi tukkuliikkeiden palveluun kuuluvat sekä varastointi että asiakaspalvelu.
 210. Materiaalitoimittajat toimivat keskenään eri tavoin: ilman tukkuliikkeitä, pelkästään tukkuliikkeiden kanssa tai molemmilla edellä mainituilla tavoilla.
 211. Kunnallistekniikan suunnittelussa tilaaja määrittää käyttämiensä materiaalien perusteella hankkeessa käytettävän materiaalin. Myös teollisuuden projekteissa esiintyy samanlaista tilaajalta tullutta rajausta, mutta yleensä ei yhtä laajasti kuin kunnallistekniikassa. Toisaalta suunniteltaessa pitkiä siirtolinjoja, materiaali vertaillaan ja valitaan useammin hankekohtaisesti, koska se vaikuttaa merkittävästi kustannuksiin ja putken koko on tyypillisesti sellainen, jota laitoksella ei muuten ole käytössä.
- 6.5.2.3. Materiaalien välinen tekninen korvaavuus infrastructure-järjestelmissä
212. Pöyryn selvityksen mukaan arviolta 90 % maahan asennettavista ja lähes kaikki vesistöihin asennettavat putket ovat muovia. Muoviputket ovat vallanneet alaa muilta materiaaleilta helpomman asennettavuuden, korroosionkestävyyden ja kilpailukykyisen hinnan vuoksi. (RIL 2004).

213. Putkimateriaali valitaan useimmiten verkostojen omistajan materiaalipolitiikan mukaisesti. Jos rakennetaan vesihuoltolaitosten runkolinjoja, vesihuoltolaitosten välisiä siirtoyhteyksiä tai poikkeuksellisissa olosuhteissa olevia verkostoja, materiaalivalintaa tarkastellaan erikseen hankkeen yhteydessä.
214. Teknisestä näkökulmasta tarkastellen materiaalit ovat toisensa korvaavia. Materiaalivalinta vaikuttaa kuitenkin putken perustamistapaan, minkä vuoksi materiaalia ja perustamistapaa tarkastellaan kokonaisuutena pyrkien edullisimpaan vaatimukset täyttävään ratkaisuun. Suurin osa Pöyryn haastattelemista vesihuoltolaitosten edustajista mainitsi materiaalivalinnan perustuvan teknisesti laadukkaimpaan ja kohteeseen parhaiten soveltuvaan materiaaliin. Tämän lisäksi vesihuoltolaitoksille on tärkeää tuotteen käyttöikä, asentamisen helppous, korjattavuus ja hinta.
215. Vesihuollossa käytetään nykyään pääasiassa muovia. Joustavina tai puolijäykkinä putkina muoviputket eivät vaadi yhtä hyvää pohjaa kuin jäykkä putki. Muoviputki on kuitenkin kohtalaisen arka leikkausjännityksille. Niiden kantokyky perustuu jännitysten tasaiseen jakautumiseen. Muoviputken kuljetuksessa ja käsittelyssä on varottava putken pinnan vahingoittumista ja putken huolelliseen alkutäyttöön on kiinnitettävä erityistä huomiota. Muoviputkien alipaineenkesto ei ole yhtä hyvä kuin metalli- ja valurautaputkillä.
216. Lujitemuoviputket ovat yleistyneet jonkin verran suuremmissa putkikokoluokissa. Tämä johtuu siitä, että ne kestävät hyvin aggressiivisissakin olosuhteissa. Niitä voidaan käyttää myös teollisuudessa hyvän kemikaalien sietokykyensä ansiosta. Lujitemuoviputket sijoittuvat jäykkyyssominaisuuksiltaan ja alipaineen kestoiltaan teräksen ja muoviputkien väliin. Putken käsittely ja kuljetus vaativat huolellisuutta - ne on suojattava erityisesti teräviltä iskuilta. Lujitemuoviputket soveltuvat erityisesti hyvin pienille tai hyvin suurille peitesyvyyksille. Lujitemuoviputket ovat hinnaltaan kilpailukykyisiä erityisesti silloin, kun putkikoko on suurempi kuin 800 mm.
217. SG-valurautaputket kestävät hyvin dynaamista ja mekaanista rasitusta. SG-valurauta on lujuudeltaan ja sitkeydeltään teräksen tasoa (jäykän ja puolijäykän putken välissä). Lujuudesta johtuen riski putken vaurioitumisesta kuljetuksen ja asennuksen aikana on pieni, mutta varsinkin betonipinnoitteet vaurioituvat herkästi. SG-putkia ei valmisteta Suomessa vaan ne tuodaan ulkomailta.
218. Teräsputkea käytetään varsinkin jakelujohdoissa, joissa on paljon haaroituksia ja liittymiä tai dynaamista rasitusta, jota aiheuttaa raskas liikenne ja huono rakennuspohja. Materiaalin kuormituskestävyyden vuoksi teräsputki soveltuu erityisesti hyvin pienille tai hyvin suurille peitesyvyyksille. Teräsputki kestää alipainetta huonommin kuin valurauta. Teräsputken seinämävahvuus on ohuempi kuin valurautaputken ja siksi teräsputki

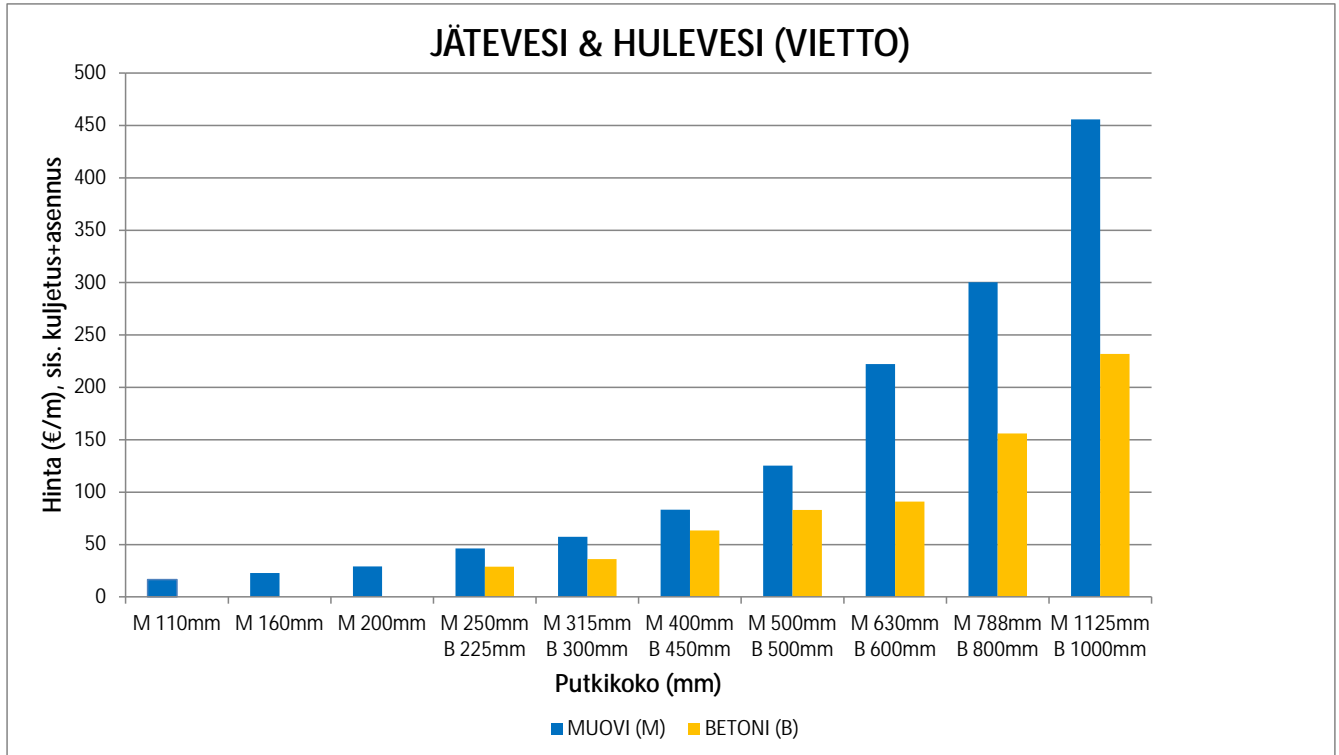
vaurioituu syöpmisen vaikutuksesta nopeammin. Tämä voidaan kuitenkin estää pinnoittamalla putket. Samasta syystä pinnoitetaan myös valurautaputkia.

219. Betoniputket ja kaivot kestävät hyvin fysikaalista räsitusta, kuormitusta, lämpötilanvaihteluita ja UV-säteilyä. Betoniputken ja betoniterästen lämpölaajenema on vain 1/17 PEH-muoviputken lämpölaajenemasta. Betoniputket toimitetaan suhteellisen lyhyinä (1,5-2,25 m) kankina, jolloin mahdollisesti vuotavia liitoksia on keskiarvoltaan kuusinkertainen määrä esim. PVC-muoviputkeen verrattuna. Betoniputkia ei voi katkaista, joten putkilinjan pituus määräytyy lyhyimmän (500 tai 1000 mm) saatavilla olevan putken mukaan. Betonisten järjestelmien haasteena on suuren massan aiheuttama käsittelyn, asennuksen ja varastoinnin hankaluus verrattuna kevyempiin muovi- ja teräsputkiin. Betoniputkijärjestelmiin on haastavampaa tehdä jälkiliitoksia kuin muovijärjestelmiin. Lisäksi betoniputki vaatii hyvän ja painumattoman asennusalustan, koska se ei mukaudu alustan pieniinkään epätasaisuuksiin. Betoni-, valurauta- ja teräsputkistot painavat samassa putkikokoluokassa huomattavasti enemmän kuin muoviputket. Kuljetuskustannuksia etenkin suuremmissa toimituksissa nostaa se, että betoni-, valurauta- ja teräsputkien hyötykuorma jää pieneksi muoviputkiin verrattuna.
220. Hankkeen kustannusarviota tehdessään suunnittelija käyttää yleisesti saatavilla olevia yksikköhintalähteitä. Nämä yksikköhinnat sisältävät yleensä tuotteen hinnan lisäksi sen kuljetuksen ja asentamisen työmaalla. Yksikköhinnat perustuvat aikaisemmin toteutuneiden rakennushankkeiden kustannuksiin.
221. Putkien ja kaivojen kattava standardointi on varmistanut tuotteiden yhteensopivuuden. Esimerkiksi laippaliitoksella on mahdollista yhdistää SG-, teräs-, PVC- tai PEH-putkia toisiinsa. Laippojen reikävälit ja pulttikoot ovat standardoituja ja siten yhteensopivia. Myös muotokappaleita, putkiliittimiä ja kauluksia on saatavilla. Laippaliitos maksaa enemmän kuin esimerkiksi muhviiliitos. Standardit määrittävät sallitut ja teknisesti toimivat liitostavat eri kaivo- ja putkimateriaaleille.
- 6.5.2.4. Eri materiaalista valmistettujen putkien hinnat infrastructure-järjestelmissä
222. Alla esitetyssä, Pöyryn selvitykseen sisältyvässä diagrammissa on kuvattu eri materiaaleista valmistettujen vesijohtojen yksikköhinnat kuljetettuna ja asennettuna. Kuvioista voidaan nähdä, että muovi on valurauta- ja teräsputkia edullisempi vaihtoehto aina noin 200 mm:n dimensioihin saakka. Käytännössä metallisia infrastruktuuriputkia ei juurikaan käytetä näin pienissä dimensioissa. Suuremmissa putkissa muovi taas on selvästi valurautaa kalliimpi vaihtoehto. Viraston saamien tietojen mukaan suurissa dimensioissa muoviputkea joudutaan vahvistamaan lisäämällä kerroksia, jolloin materiaalinkäyttö lisääntyy ja valmistuskustannukset kasvavat. Kuten kuvioista nähdään, näissä dimensioissa muista materiaaleista kuin muovista

valmistetut putket tulevat selvästi halvemmaksi. Muovista ja muista materiaaleista valmistettujen putkien välillä on hintaeroja kaikissa dimensioissa, ja suurimmissa dimensioissa erot ovat jo huomattavan suuria.



223. Seuraavassa Pöyryn selvitykseen sisältyvässä diagrammissa on kuvattu eri materiaaleista valmistettujen viemäriputkien (jätevesi ja hulevesi) yksikköhinnat kuljetettuna ja asennettuna. Kuvioista voidaan nähdä, että muovisia putkia valmistetaan kaikissa dimensioissa, betonisia vaihtoehtoja vasta dimensioista 225 mm ylöspäin. Hintaero muovin ja betonin välillä on kautta linjan merkittävä ja kasvaa entisestään suurempiin dimensioihin siirryttäessä.



6.5.2.5. Asiakkaiden ja muiden markkinatoimijoiden näkemys

224. Muun muassa kunta-asiakassektoria edustava Kuntaliitto toteaa lausunnossaan, että betoni ei luo nyt eikä tulevaisuudessa todellista kilpailua muoville. Tämä lausunto on linjassa viraston asiassa saamien muiden selvitysten kanssa. Viraston markkinatoimijoilta saamien tietojen mukaan joissakin kunnissa on saatettu tehdä periaatepäätös käytettävästä materiaalista (esimerkkinä mm. Pöyry ja Turun vesilaitos ovat maininneet Lahden kaupungin päätöksen, jonka mukaan betoniputkia ei siellä käytetä ollenkaan jätevesiviemäreissä).
225. Viraston tapaama Turun vesilaitoksen liikelaitosjohtaja (Kuntaliiton lausunnossa nimetty yhteyshenkilö) toi esiin, että kunnat ja kaupungit tekevät puitesopimuksia putkien ja yhteiden hankkimisesta tyypillisesti 1-2 vuodeksi eri putkia eri materiaaleista valmistavien yritysten kanssa. Kaikkia eri materiaaleista valmistettuja putkia tarvitaan. Tässä mielessä eri materiaalien voidaan liikelaitosjohtajan mukaan katsoa olevan toistensa komplementteja. Itse rakennuskohteisiin putkimateriaali kuitenkin valikoituu viimeistään suunnitteluvaiheessa erityisesti maaperän asettamien vaatimusten ja johdettavan aineen ominaisuuksien perusteella. Punnittavana ovat mm. asennuksen vaivattomuus, putken korroosiokestävyys, taipuisuus, kemikaalien sietokyky, paineen sietokyky, puhdistuksen helppous, sulatusmahdollisuudet, virtaamavastus, vian

paikallistamisen helppous jne. Lisäksi rakennuskohteen sijainti esimerkiksi pohjavesialueella asettaa asennettaville putkille tiukkoja tiiviyksvaatimuksia, mikä ohjaa materiaalivalintaa. Hintavertailu tulee kyseeseen vasta, jos useampi putkimateriaali täyttää nämä muut edellytykset.

226. Myös Kuopion vesi -liikelaitos on lausunnossaan todennut, että sen hankkeissa käytetään betonisia ja valurautaisia tuotteita tietyissä kokoluokissa, ei kaikissa putkikokoluokissa. Pienten putkien osalta materiaali on aina muovi. Valurautaa voidaan käyttää vesijohdoissa kokoluokissa 200-600 mm ja betonia hulevesiviemäreissä kokoluokissa 300-1200 mm. Jätevesiviemärit on viime aikoina rakennettu pelkästään muovista.
227. Skanska Infra on lausunnossaan todennut, että käytännössä suunnittelija suunnittelee rakenteen ja siinä käytettävät materiaalit tilaajan tarpeiden ja halujen pohjalta. Rakentaja voi tietyssä määrin ehdottaa suunnitellun materiaalin vaihtamista, mutta yleensä se ei onnistu ilman tietyntyyppisten suunnitteluvastuiden siirtymistä rakentajalle. Pääosin eri materiaaleista valmistetuilla putkilla on omat käyttötarkoituksensa, riippuen lähinnä putken koosta ja käyttökohteesta.
228. [...] ⁵¹ Vaikka tutkimus koskikin laajemmin [...] on siitä kuitenkin viraston arvion mukaan osaltaan nähtävissä yleisellä tasolla muoviputkien yliveräinen asema betoniputkiin verrattuna yhdyskuntatekniikan putkijärjestelmiin materiaalia valittaessa.
229. [...] Suomen ympäristöhallinnon noin kymmenen vuotta sitten keräämien tilastojen kanssa, joiden mukaan Suomen sade- ja jätevesiviemäreistä on muovia 86 % ja betonia 13 %. Pöyryn raportin mukaan muovin osuus maahan asennettavista infra-rakentamisessa käytetyistä putkista on arviolta 90 %.
230. Virasto on aiemmin yrityskauppa-asiassa Lohja Rudus Oy Ab / Abetoni Oy (dnro 1024/81/02) pyytänyt sekä Uponorilta että KWH:lta lausuntoa koskien eri valmistusmateriaalien korvaavuutta.⁵² Virasto kysyi Uponorilta ja KWH:lta: *"Ovatko muoviputket, -renkaat ja -kaivot sekä vastaavat betonista valmistettavat tuotteet toisiaan korvaavia? Entä betonipaalut, teräspaalut ja muut pohjanvalmistusmenetelmät, kuten stabilointi tai maanvaihto? Mitkä ovat vaihtoehtoisten materiaalien käytön haitat ja edut (kestävyys, hinta, laatu, toimitus, käsittely)? Onko olemassa kohteita, joissa betonituotteita ei voi korvata muovi- tai terästuotteilla? Mitä? Esittäkää arvionne, kuinka suurta osaa betonituotemarkkinoista nämä ei-korvattavat kohteet vastaavat (/%)?"*

⁵¹ [...]

⁵² Kilpailuviraston lausuntopyyntö (dnro 1024/81/02) 17.10.2003, Uponorin lausunto 29.10.2003, KWH:n lausunto 29.10.2003.

231. Uponor: [...].

232. KWH: [...].

233. [...] viraston käsityksen kanssa, jonka mukaan muovi- ja betonituotteet ovat useinkin toisiaan teknisesti korvaavia, mutta hintaerojen ja asiakkaiden käyttötottumusten vuoksi eivät kuulu kilpailuoikeudellisesti samoille relevanteille hyödykemarkkinoille.

6.5.2.6. Johtopäätös

234. Pääsääntöisesti soveltuva materiaali valitaan viimeistään suunnitteluvaiheessa rakennuskohteesta johtuvien vaatimusten mukaan. Kaikki eri materiaalit eivät yleensä enää tule yksittäisessä kohteessa eri syistä kyseeseen. Esimerkkinä voidaan mainita mm. yrityskaupan ilmoittajienkin viittaama Turun vesilaitoksen Hirvensaloon toteuttama hulevesijärjestelmä, joka toteutettiin betoniputkilla. Viraston liikelaitoksen johtajalta tapaamisessa 8.1.2012 saaman tiedon mukaan muovia ei kyseisessä hankkeessa pidetty missään vaiheessa vaihtoehtona betonille. Samoin esimerkkinä voidaan mainita niin ikään ilmoittajien mainitsema Turun Seudun Vesi Oy:n siirtolinjahanke Kokemäenjoki-Turku, joka toteutettiin SG-valuraudasta ilman, että muovia olisi alun perinkään pidetty vaihtoehtona valuraudalle.
235. Muoviputket ovat vallanneet alaa muilta materiaaleilta helpomman asennettavuuden, korroosionkestävyyden ja kilpailukykyisen hinnan vuoksi. Käytännössä infrastructure-järjestelmissä maahan asennetuista putkista noin 90 % onkin muoviputkia.
236. Joissakin tapauksissa eri materiaaleista valmistetut putket saattavat kaikkien rakennuskohteesta johtuvien vaatimusten jälkeenkin olla vaihtoehtoisia toisilleen. Tällöin kyseeseen tulee eri materiaaleista valmistettujen tuotteiden välinen hintavertailu. Pöyryn raportissa esitelty hintavertailut kuitenkin osoittavat, että hintaerot muovin ja muista materiaaleista valmistettujen tuotteiden välillä kuljetettuna ja asennettuna ovat niin merkittävät, ettei näitä kilpailuoikeudellisesti voida pitää toistensa vaihtoehtoina ja siten samoille relevanteille tuotemarkkinoille kuuluvina.
237. Näin ollen Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että käytännössä relevantit hyödykemarkkinat ovat nimenomaan muovista valmistettujen tuotteiden markkinat. Myös yrityskaupan selvittämisen yhteydessä tehdyssä tarkastuksessa saadun aineiston perusteella voidaan todeta [...], mikä osaltaan vahvistaa viraston käsitystä siitä, että käytännössä kilpailu käydään nimenomaan muoviputkivalmistajien välillä.⁵³

⁵³ Ks. esim. [...].

6.5.3. Relevantit maantieteelliset markkinat – infrastruktuuriputkien tuonti Suomeen

238. Virasto on tarkastellut yksityiskohtaisesti osapuolten virastolle toimittamaa taloudellista analyysiä maantieteellisistä markkinoista⁵⁴ esityksen liitteessä. Tässä yhteydessä pitäydytään näin ollen lähinnä liitettä täydentävissä ja kokoavissa huomioissa.

6.5.3.1. Ilmoittajien antamat tiedot

239. Ilmoittajat ovat arvioineet tuonnin osuudeksi koko infrastructure-toimialan markkinoista Tempon suorittaman taloudellisen analyysin perusteella noin [...] %. Tullitilastojen perusteella osapuolet ovat arvioineet tuonnin osuuden inframarkkinoiden kokonaisarvosta olevan noin 20-30 %. Ilmoittajien antamien tietojen mukaan kuljetuskustannusten osuus tuotteiden myyntiarvosta on tuotteesta riippuen [...] %.⁵⁵

240. Ilmoittajien mukaan useiden tuotteiden osalta maantieteelliset markkinat ovat Suomea laajemmat. Muoviteollisuudessa laadittujen EU:n laajuisten tuotestandardien käyttö tarkoittaa sitä, että eri maissa valmistetut tuotteet ovat yhteensopivia toistensa kanssa.

241. Markkinoilla toimii useita yrityksiä, jotka kuuluvat suuriin kansainvälisiin konserneihin. Nämä globaalisti toimivat alan suurimmat yhtiöt voivat halutessaan vahvistaa omia asemiaan entisestään markkinoilla. Esimerkiksi Mexichem/Wavin on ilmoittajien mukaan jo vahva toimija Suomessa ja se voi halutessaan lisätä toimintaansa Suomen markkinoilla. Suomessa suuri putkialan yritys Pipelife on osa Euroopan toiseksi suurinta ja Pohjoismaiden johtavaa putkialan konsernia, Pipelife International GmbH:ta.

242. Osa ulkomaisten suuryritysten suomalaisista tytäryhtiöistä maahantuo tuotteensa. Esimerkiksi saksalainen Rehau maahantuo lähtökohtaisesti kaikki putket ja yhteet Keski-Euroopasta (Saksa, Puola) ja Wavin suurimman osan tuotteistaan Tanskasta ja Ruotsista. Pipelife tuo putkia ja yhteitä Ruotsista ja Virosta. [...]. Yhteiden valmistus on lähtökohtaisesti keskittynyt suurempiin maihin Eurooppaan.

243. Julkisten hankintojen osalta EU-kynnysarvot ylittävissä hankinnoissa ulkomaisilla yrityksillä on mahdollisuus osallistua tarjouskilpailuun. Näin ollen kansallista laajemmat markkinat ovat ilmoittajien mukaan mahdolliset myös julkisten hankintojen markkinoilla.

244. Ilmoittajien mukaan kansallisia markkinoita laajempia markkinoita ovat ainakin seuraavat markkinat:

⁵⁴ Ks. Jatkoanalyysit yritysjärjestelyn kilpailuvaikutuksista - Maantieteelliset markkinat, Tempo Economics Oy.

⁵⁵ Ks. edellä viitattu analyysi sekä sähköposti [...].

- 1 pienet ja keskikokoiset paineputket (Suomi, Ruotsi ja Tanska),
- 2 paineputkien yhteiden markkinat (ETA),
- 3 pienten ja keskikokoisten hulevesijärjestelmien markkinat (Suomi, Ruotsi ja Baltia),
- 4 pienten ja keskikokoisten viettoviemäriputkien markkinat (Pohjoismaat),
- 5 viettoviemäriyhteiden markkinat (ETA),
- 6 kiinteistöviemäriputkien markkinat (Pohjoismaat, Baltia, Saksa ja Puola),
- 7 kiinteistöviemäriyhteiden markkinat (ETA),
- 8 kaapelinsuojajärjestelmien markkinat (Pohjoismaat) ja
- 9 kiinteistökohtaiset panospuhdistamot (Pohjoismaat).

6.5.3.2. Viraston selvitykset

245. Virasto on pyytänyt suoraan alan suurimmilta toimijoilta (Pipelife, Meltex, Wavin, Onninen, LVI-Dahl, Rehau) tietoja näiden tuontimääristä. Yrityksiltä suoraan saadut tiedot poikkeavat selvästi osapuolten arvioista. Viraston selvitysten mukaan eräitä yhteitä ja alle 400 mm:n viettoviemäriputkia lukuun ottamatta tuonnin osuus Suomen muoviputkimarkkinoista on varsin pieni (ks. taulukko jäljempänä). Taulukossa ilmoitetut luvut eivät sisällä Pipelifen Haaparannan tehtaan myyntiä Suomeen. Muiden kuin edellä mainittujen suurimpien tuojien osalta viraston arviot perustuvat osapuolten ilmoittamiin tietoihin. Vaikka taulukon tiedoissa saattaa olla tietojen keräämisen haasteisiin liittyen joitakin puutteita, siitä on selvästi yleisellä tasolla nähtävissä, että tuonnin osuus ei ole merkittävä Suomen infrastruktuuriputkien markkinoilla. Yrityskaupan osapuolet eivät itsekään tuo merkittävässä määrin infrastruktuurituotteita Suomeen. [...].
246. Ero viraston ja osapuolten tuontiarvioiden välillä selittyy suurelta osin sillä, että virasto ei ole laskenut Pipelifen Haaparannan tehdasta osaksi tuontia. Pipelife on itse ilmoittanut virastolle Haaparannan tuotannon osana kotimaista tuotantoaan, ja virasto on aiemmissa osapuolille toimittamissaan asiakirjoissa noudattanut samaa linjausta. Virasto ei voi ilmoittaa Haaparannan tehtaan tuoteryhmäkohtaisia tuontivolyymejä, koska ne ovat Pipelifen liikesalaisuuksia. Jos Haaparanta sisällytettäisiin oheisiin tuontilukuihin, Pipelifen myynti olisi helposti pääteltävissä osapuolille aiemmin toimitettujen kokonaistuontia koskevien lukujen ja päivitettyjen lukujen erotuksena. Viraston näkemyksen mukaan Haaparannan tehtaan myynti Suomeen voidaan katsoa tuonniksi, mutta sitä ei voida rinnastaa maantieteellisen läheisyytensä vuoksi tuontiin tuotantolaitoksista, jotka sijaitsevat muualla Pohjoismaissa tai Baltiassa. Viraston näkemys Pipelifen Haaparannan tehtaan merkityksestä relevanttien maantieteellisten markkinoiden määrittelylle on perusteltu laajemmin esityksen Maantieteelliset markkinat -liitteessä (liite 1).
247. Taulukko: Infrastructure-tuotteiden tuonti (t€) vuonna 2011 ja sen osuus Suomen markkinoista.

[...]

Markkinan koko on osapuolten ilmoittama Suomen markkinoiden koko (pl. vaihtoehtoiset materiaalit). Tuontiin on sisällytetty viraston keräämät tiedot Pipelifelta, Meltexiltä, Wavinilta, Onniselta ja LVI-Dahlilta sekä osapuolten ilmoittama muiden kuin edellä mainittujen yritysten tuonti. Keskkokoisten viettoviemärien (200-400 mm) tuontilukuihin sisältyy osittain myös pienempien viettoviemärien tuontia, jolloin todelliset tuontiprosentit ovat pienten viettoviemärien osalta jonkin verran suuremmat ja keskikokoisten osalta jonkin verran pienemmät. Taulukossa esitetyt arviot tuonnista eivät sisällä Pipelifen Haaparannan tehtaan myyntiä Suomeen (ks. Liite 1). Kiinteistöviemäriputkien tuonti ei sisällä lainkaan Pipelifen tuontia, koska virasto ei voi erottaa kyseisessä tuoteryhmässä Haaparannan osuutta muusta tuonnista.

248. Tuonnin osalta on lisäksi syytä huomioida, että suuri osa siitä on Suomessa toimivien yritysten lähialueilla sijaitsevilta tehtailtaan harjoittamaa tuontia (erityisesti Pipelife). Suomessa jo vakiintuneesti toimiville yrityksille on viraston arvion mukaan helpompi saada tuontituotteet Suomen markkinoille muun muassa vakiintuneiden asiakassuhteiden ja brändien vuoksi. Sen sijaan pelkkien tuontituotteiden varassa toimivien yritysten on ollut vaikea saada jalansijaa Suomen muoviputkimarkkinoilla, tästä on viraston arvion mukaan osoituksena muun muassa jäljempänä tarkemmin selvitetty Rehaun vetäytyminen Suomen muoviputkimarkkinoilta.
249. Pelkän tuonnin varassa operoivat yritykset eivät viraston arvion mukaan lähtökohtaisesti tuo vastaavaa kilpailunpainetta Suomen markkinoille kuin kotimaiset toimijat. Tämä johtuu erityisesti tuontituotteiden kuljetuskustannuksista sekä paikallisten putkivalmistajien vakiintuneista asiakassuhteista ja asiakkaiden ostotottumuksista. Tuontiputkien soveltuvuus Suomen markkinoille saattaa myös viraston selvitysten mukaan joissakin tapauksissa olla kyseenalainen toisaalta putkien ominaisuuksien ja toisaalta asiakkaiden tottumusten vuoksi.
250. Myös KWH on sisäisessä [...].⁵⁶ [...].⁵⁷
251. Virasto on selvittänyt myös kuljetuskustannusten suuruutta. Osapuolten arviot kuljetuskustannuksista ovat selvästi pienemmät kuin viraston markkinatoimijoilta saamat selvitykset indikoivat: muiden toimijoiden kustannukset ovat tyypillisesti vähintään [...] % suuremmat kuin osapuolten esittämät luvut. Monessa tuoteryhmässä ero on moninkertainen. Esimerkiksi Wavinin mukaan kokonaisrahtikustannukset ovat vuonna 2012 olleet [...] % nettoliiketoiminnan arvosta vaihdellen tuontimaittain. Etenkin putkituotteiden osalta rahdit ovat Wavinin lausunnon mukaan

⁵⁶ [...]

⁵⁷ [...]

myyntihinnasta laskettuna pääsääntöisesti [...] %. Wavin toteaa edelleen rahdin osuuden nousseen merkittävästi vuodesta 2011.

252. Osapuolet ovat myös itse pitäneet muoviputkien kuljetuskustannuksia korkeina vuonna 2003 vastatessaan Kilpailuviraston lausuntopyyntöön Lohja Rudus / Abetoni -kaupassa. Virasto kysyi tuolloin osapuolilta seuraavasti: "*Kuinka pitkiä matkoja tuotteitanne on kannattavaa kuljettaa? Kuinka suuri osa tuotteiden hinnoista koostuu kuljetuskustannuksista?*" saaden osapuolilta seuraavat vastaukset:
253. Uponor: [...].
254. KWH: [...].
255. Osapuolten kotimaan rahtikustannukset käyvät ilmi niiden virastolle toimittamista tuloslaskelmaotteista. Tuloslaskelmatietojen perusteella osapuolten rahtikustannukset ovat keskimäärin [...] %. Osapuolten arvio ulkomaan kuljetuskustannuksista ([...])% ei viraston arvion mukaan vaikuta uskottavalta osapuolten kotimaan rahtikustannusten taso huomioon ottaen.
256. Tuotteiden maahantuonnille on osin jo edellä kerrotun mukaisesti myös muita esteitä ja kustannuksia kuin pelkät rahtikustannukset. Ulkomaisen yrityksen saattaa olla vaikeampaa luoda suhdetta suomalaiseen tukkuriin. Lisäksi tuonti kapea-alaisesti vain niissä tuoteryhmissä, joissa Suomen hintataso ja kuljetuskustannukset tekevät tuonnista kannattavaa, voi olla vaikeaa, jos tukkuri vaatii yritykseltä laajaa tuotevalikoimaa. Tuontituotteiden lanseeraaminen Suomen markkinoille vaatii myös investointeja, jos tuontiyrityksen on markkinoitava tuotettaan asiakkaille ja tukkuliikkeille tai esimerkiksi koulutettava tukkuliikkeen myyjiä. Suurimittainen tuonti vaatii myös, että valmistusmaassa on riittävästi kapasiteettia tuotannon lisäämiseen.
257. Myös viraston markkinatoimijoilta vastaanottamat lausunnot osoittavat, että ilmoittajat ovat yliarvioineet tuonnin merkitystä. Asiakkaista mm. *Skanska Infra* toteaa vastauksessaan seuraavasti:
258. *Ilmoittajien mukaan useiden tuotteiden osalta yrityskaupan kannalta relevantit maantieteelliset markkinat ovat Suomea laajemmat. Tämä ei pidä paikkaansa ainakaan infrarakentamisen osalta. Muoviputkien kuljettaminen on tilaa vievää ja tämän vuoksi korkeat rahtikustannukset ovat estäneet muoviputkien maahantuonnin. Useiden muovituotteiden hinnoista raaka-ainekustannus on jopa 60 %, jolloin rahat jopa Suomen sisällä voivat olla merkitseviä tekijöitä toimittajan valinnassa. Korkea raaka-aineen osuus myös tuo kilpailuetua alan suurille toimijoille mahdollisen tehokkaan ja keskitetyn volyympohjaisen raaka-ainehankinnan avulla.*
259. Virasto haluaa tässä yhteydessä osin Skanska Infran lausuntoon viitaten nostaa esille erityisesti sen, että raaka-ainekustannuksen suuren osuuden

vuoksi yrityksille jää varsin vähän mahdollisuuksia kilpailla muilla kustannustekijöillä. Ilmoittajien mukaan muoviraaka-aineen kustannusten osuus kaikista rajakustannuksista on noin [...]%.⁵⁸ Muista kustannustekijöistä kuljetuskustannusten osuus on näin ollen huomattavan suuri.

260. *Kuntaliiton* kokemusten perusteella ulkomaalaiset yritykset eivät aidosti luo markkinoita Suomeen. Suomen volyymit ovat Kuntaliiton näkemyksen mukaan liian pienet ja Suomen sijainti entisestään vähentää ulkomaalaisten putkiyritysten kiinnostusta Suomea kohtaan.
261. Muun muassa HSY, Kuopion Vesi, SOK ja YIT ovat ilmoittaneet virastolle, etteivät ne tee muoviputkihankintoja ulkomailta. Rautakesko on todennut, että keskieurooppalaiset toimijat eivät juurikaan toimita muoviputkia Suomeen korkeiden logistiikkakustannusten vuoksi. Rautakesko toteaa edelleen, että keskieurooppalaisten tuotteiden laatu on erilainen, eivätkä ne käytännössä toimi Suomessa. Infra ry:n lausunnon mukaan pienten urakoiden materiaalitoimitukset ulkomailta ovat taloudellisesti mahdottomia.
262. Ilmoittajien mukaan kansallista laajemmat markkinat ovat mahdolliset myös julkisten hankintojen markkinoilla, sillä niiden osalta EU-kynnysarvot ylittävissä hankinnoissa ulkomaisilla yrityksillä on mahdollisuus osallistua tarjouskilpailuun. Ilmoittajienkin antamien tietojen mukaan erityisesti julkisissa hankinnoissa kotimaisten toimittajien (erityisesti keskittymän) markkinaosuudet ovat kautta linjan erittäin korkeat. Myöskään viraston kuulemat julkiset toimijat eivät ole ilmoittaneet käyttäneensä ulkomaisia muoviputkitoimittajia. Viraston näkemyksen mukaan julkisten hankintojen osalta muoviputkien markkinat ovat näin ollen kansalliset.
263. Ilmoittajat ovat yrityskauppailmoituksessa⁵⁹ korostaneet etenkin Mexichem/Wavinin vahvaa asemaa Suomen markkinoilla ja mahdollisuutta edelleen kasvattaa toimintaansa Suomessa. Tarkastuksella saatujen tietojen⁶⁰ perusteella [...].
264. Yrityskaupan osapuolet ovat maininneet merkittävänä tuojana myös saksalaisen Rehaun. Ilmoittajien arvion mukaan se on tuonut Suomeen kiinteistöviemäriputkia [0,5 – 1] miljoonalla eurolla ja yhteitä [1 – 5] miljoonalla eurolla. Viraston selvitysten mukaan nämä luvut ovat yliarvioituja. Lisäksi tuonin varassa toimivan yrityksen vaikeudesta toimia Suomen muoviputkimarkkinoilla kertoo osaltaan se, että Rehau on päätynt vetäytymään Suomessa näiltä markkinoilta. Rehau tiedotti 7.1.2013 lopettavansa Suomessa käyttövesiputkien ja lattialämmitysjärjestelmien sekä kunnallistekniikan tuotteiden myynnin ja markkinoinnin. Rehaun

⁵⁸ Ks. [...], Tempo Economics, s.14.

⁵⁹ Ks. yrityskauppailmoitus s. 30.

⁶⁰ [...]

tiedotteen mukaan "...emme ole onnistuneet kääntämään näiden tuotteiden myyntiä kannattavaksi. Emme valitettavasti näe lähiaikoina tapahtuvan perustavanlaatuisia muutosta parempaan."⁶¹

265. Tuonnin lisäämisen tekee viraston arvion mukaan haastavaksi kuljetuskustannusten lisäksi se, että tehokas pääsy Suomen muoviputkimarkkinoille edellyttää käytännössä pääsyä LVI-tukkujen valikoimiin. Viraston selvitysten mukaan tukkujen tuontimäärät ulkomailta ovat kuitenkin olleet varsin pieniä markkinoiden kokonaisarvoon suhteutettuna. Tämä johtunee osaltaan siitä, että tukut pitävät pitkälti valikoimissaan lähinnä muutaman suuren kotimaisen toimittajan tuotteita, ja nämä tuotteet ovat käytännössä suurimmaksi osaksi tulleet yrityskaupan osapuolilta ja Pipelifelta.
266. Vaikka tuontia jossain määrin onkin, paikallisilla toimijoilla on selkeä kilpailuetu erityisesti pienempien kuljetuskustannusten ja vakiintuneiden asiakassuhteiden (erityisesti tukun ja julkisten toimijoiden osalta) vuoksi. Jopa Suomen sisällä saattaa olla havaittavissa eroja toimijoiden markkina-asemassa maan eri osissa sen mukaan, miten niiden tehtaat ovat sijoittuneet.
267. Kilpailuvirasto ja Euroopan komissio eivät ole aiemmassa tapauksikäytännössään määritelleet lopullisesti muoviputkien maantieteellisiä markkinoita, mutta päätöksissä on esitetty, että markkinat vaikuttavat kansallisilta.⁶²

6.5.3.3. Johtopäätös

268. Viraston selvitykset eivät tue osapuolten käsitystä Suomea laajemmista infrastruktuuriputkien markkinoista. Viraston arvion mukaan järjestelyn kilpailuvaikutuksia arvioitaessa relevanttina maantieteellisenä markkina-alueena on muoviputkituotteiden osalta pidettävä kansallisia markkinoita.
269. Edellä sanotusta poiketen yhteiden osalta virasto katsoo, että relevantti maantieteellinen markkina-alue on todennäköisesti Suomea laajempi erityisesti kauppavirtojen vuoksi. Näiden osalta tuontimäärät ja kuljetuskustannusten pieni osuus puoltaa näkemystä kansallista laajemmista markkinoista.

⁶¹ Ks. Rehaun tiedote: http://www.rehau.com/FI_fi/yritys/Media/1177484/2013_01_08_oy_rehau_ab.html.

⁶² Ks. esimerkiksi Kilpailuviraston päätös Pipelife Sweden AB/Maso A/S -yrityskaupan hyväksymisestä 19.1.1999 (dnro 1078/81/98), Euroopan komission päätökset COMP/M.565 - Solvay/Wienerberger, 24.4.1995 ja COMP/M.6563 - Mexichem/Wavin, 4.6.2012.

6.5.4. Alalle tulo

270. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on selvittänyt alalle tulon mahdollisuuksia muoviputkien valmistukseen Suomessa. Alalle tuloa arvioitaessa on viraston ja komission vakiintuneen tulkintakäytännön mukaan otettava huomioon erityisesti se, voidaanko markkinoille tuloa pitää siinä määrin todennäköisenä, mittavana⁶³ ja nopeasti tapahtuvana⁶⁴, että markkinoille tulo tai sen uhka olisi riittävää poistamaan yrityskaupan seurauksena syntyvät kilpailuongelmat.
271. Markkinoille tulon todennäköisyyttä arvioitaessa kiinnitetään yleensä huomiota siihen, onko alalle tulo taloudellisesti kannattavaa ja siihen, minkälaisia mahdollisia riskejä siihen liittyy. Markkinoille tulon taloudelliseksi esteeksi voi muodostua esimerkiksi keskittymän hallussa olevan ylikapasiteetin strategisen käyttöönoton mahdollisuuden luoma uhka.
272. Ilmoittajien mukaan putkien tuotantotoiminnan aloittamiseen vaadittavat investointikustannukset ovat viime vuosina alentuneet, sillä yritykset ovat alkaneet ostaa muoviputkien valmistukseen tarkoitettuja laitteistoja pääosin Kiinasta. Ilmoittaja on esittänyt virastolle, että länsimaisen putkenvalmistuslinjan rakentaminen maksaa noin 1-3 miljoonaa euroa kun taas vastaavan kiinalaisen linjaston valmistaminen maksaa noin 30–40 % länsimaisen linjaston hinnasta. Linjaston lisäksi putkimarkkinoille tulo vaatii hallin ja runsaasti varastointitilaa. Tietyillä markkinoilla, kuten kaapelinsuojauksessa, tuotteet on myös viraston saamien tietojen mukaan hyväksyttävä sähköverkkoyhtiöillä ennen kuin ne voidaan ottaa käyttöön.
273. Markkinatoimijat⁶⁵ ovat esittäneet virastolle, että Uponorin ja KWH:n kaltaisella laajalla tuotevalikoimalla markkinoille tulo edellyttää huomattavia investointeja. Vaikka Kiinasta hankitut laitteistot voivat olla periaatteessa vaihtoehto, niiden laatu ei käytännössä kuitenkaan yllä eurooppalaisten linjastojen tasolle. Meltex⁶⁶ on todennut, että kiinalaisten linjastojen huoltotarve on suurempi ja esimerkiksi sähköongelmia esiintyy länsimaisia laitteistoja enemmän. Myös Uponorin sisäisessä sähköpostiviestinnässä on esimerkiksi [...].⁶⁷
274. Yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen mukaan pienten toimijoiden määrä markkinoilla on osoitus alalle tulon helppoudesta. Ilmoittajien mukaan

⁶³ Pienimuotoista markkinoille tuloa, esimerkiksi tuloa markkinoiden tietyille kapealle sektorille, ei välttämättä pidetä riittävänä, ks. tarkemmin komission tiedonanto "Suuntaviivat horisontaalisten sulautumien arvioinnista" (2004/C 31/03).

⁶⁴ Komission horisontaalisten sulautumien arviointia koskevissa suuntaviivoissa markkinoille tulo katsotaan oikea-aikaiseksi yleensä ainoastaan silloin, kun se tapahtuu kahden vuoden kuluessa, ks. kohta 74.

⁶⁵ Ks. esimerkiksi seuraavat Kilpailuviraston 27.9.2012 lähettämään selvityspyyntöön saapuneet vastaukset: Rautakesko Oy, Wavin-Labko Oy, YIT Kiinteistötekniikka Oy, Meriser Oy, Rudus Betonituote Oy ja Wiitta Ky.

⁶⁶ Ks. tapaamismuisto Meltex Oy 20.11.2012.

⁶⁷ [...]

pienet, erikoistuneet toimijat voivat keskittää valmistuksensa vain tiettyihin tuotteisiin, mikä tekee niistä vahvoja kilpailijoita omilla osaamisalueillaan. Virasto katsoo toisaalta, että markkinoille vuonna 2009 pelkästään paineputkituotannolla tulleen ja pian konkurssin tehneen PV-Putkitus Oy:n esimerkki tuskin on omiaan kannustamaan pienimuotoiseen ja erikoistuneeseen alalle tuloon. Vaikka pienimuotoisen toiminnan aloittaminen olisikin mahdollista, tällainen pienimuotoinen alalle tulo ei viraston näkemyksen mukaan rajoita keskittymän markkinavoimaa riittävästi, koska sen asema infrastruktuuriputkien markkinoilla niin kokonaisuutena arvioiden kuin eri alamarkkinoillakin on täysin ylivoimainen.

275. Yrityskaupan osapuolten mukaan alalle tulon esteet ovat matalat, sillä eri jakelu- ja myyntikanaviin on helppo päästä ja toimijoilla on mahdollisuus siirtyä jakelukanavasta toiseen helposti ja vähäisin kustannuksin. Ilmoittajat toteavat 18.12.2012 toimittamassaan muistiossa, että [...]. Kilpailu- ja kuluttajavirasto huomauttaa tältä osin, että yrityskauppailmoituksenkin perusteella suuri osa infrastruktuuriputkien myynnistä tapahtuu suorina toimituksina yksityiseen projektimyyntiin ja julkisiin hankintoihin, joiden osalta vastaavaa helppoa väylää pienille toimijoille ei ole olemassa. Pienet valmistajat voivat usein ottaa vastatakseen vain osatoimituksia, jolloin niiden olisi käytännössä mahdollista osallistua tarjouskilpailuun vain tukkujen kautta.
276. Viraston käsityksen mukaan kuitenkin LVI-tukkujakeluunkaan pääsy ei ole ilmoittajien esille tuomalla tavalla yksinkertaista. Virastolle on esitetty, että Suomessa tukkuportaan putkimarkkinat ovat muutaman suuren toimijan hallussa. Lausunnonantajien mukaan uuden toimijan markkinoille tuloa vaikeuttaa se, että jakelukanavista etenkin tukkumarkkinoille on erittäin hankala päästä.⁶⁸ Viraston selvitysten mukaan tukut tyypillisesti neuvottelevat toimitusten puitesopimukset kerran vuodessa ja neuvottelutilanteissa pääasiassa hinta ratkaisee. Hinnan lisäksi tärkeää on myös toimitusvarmuus, sillä tukut ostavat usein nopeissa sykleissä ja valmistajan on pystyttävä tarvittaessa toimittamaan tuotteita yllättävissäkin tilanteissa. Lisäksi tukut ovat todenneet, että laaja tuotevalikoima ja valmistajan mahdollisuus tukea tukkuria tuotteiden markkinoinnissa (ns. kumppanuussopimukset) ovat selkeitä etuja toimittajaa valittaessa.⁶⁹
277. Ilmoittajien antamien tietojen mukaan erityisesti pienissä putkissa ja yhteissä tukun rooli jakelukanavana on merkittävä, sillä reilusti yli puolet näiden tuotteiden myynnistä tapahtuu tukkujen ja vähittäiskaupan kautta. Näin ollen alalle tulo etenkin pienien putkien valmistukseen käytännössä edellyttää pääsyä tukkuportaalalle. Edellä esitetyt tukkujen vaatimukset huomioiden pienten, erikoistuneiden toimijoiden on kuitenkin hyvin hankala kilpailla Uponorin, KWH:n ja Pipelifen kaltaisten suurien toimijoiden kanssa

⁶⁸ Ks. esimerkiksi Clewer Markkinointi Oy:n ja Wiitta Ky:n vastaukset Kilpailuviraston 27.9.2012 lähettämään selvityspyyntöön.

⁶⁹ Ks. tapaamismuistio Onninen 12.12.2012.

tukkujen kanssa käytävissä neuvotteluissa ja päästä tukkujen valikoimaan. Myöskään Meltex ei ole nähnyt LVI-tukkuja varteenotettavana jakelukanavana.

278. Tukkuportaalla käytetään viraston selvitysten mukaan myös ns. kumppanuussuhteita, joissa tukku ja valmistaja sitoutuvat pelkän toimitussuhteen sijasta laajamittaisempaan yhteistyöhön. Viraston näkemyksen mukaan tällaiset kumppanuussuhteet toimittajan ja tukun välillä saattavat johtaa tietyn toimittajan tuotteiden suosimiseen mm. vaihtoehtojen tarjoamisessa asiakkaalle, esillepanossa ja ulosmyyntihinnoittelussa, jolloin muiden toimittajien voi olla vaikea kasvattaa omien tuotteidensa myyntiä. Tämä ei myöskään kannusta etenkin pienempiä kilpailijoita tekemään suuria investointeja tuotevalikoiman laajentamiseen tai toimitusvarmuuden parantamiseen.
279. Ilmoittajat ovat esittäneet, että useilla toimijoilla olisi valmius aloittaa toiminta tai laajentaa nykyistä toimintaansa Suomessa infrastruktuuriputkien tuotannossa. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ei ole selvityksissään saanut riittävää näyttöä siitä, että alalle olisi tulossa merkittäviä uusia toimijoita tai että alalla jo toimivat olisivat lähiaikoina mittavasti laajentamassa nykyistä toimintaansa. Sen sijaan markkinoilta on viime vuonna poistunut taloudellisten ongelmien vuoksi PV-Putkitus Oy. Viimeisimpänä mm. käyttövesi- ja lattialämmitysjärjestelmiä sekä infrastruktuuriputkia myynyt Rehau ilmoitti lopettavansa kannattamattomuussyistä tammikuun 2013 loppuun mennessä ko. tuotteiden myynnin, markkinoinnin ja varastoinnin. Kuten edellä tuontia koskevassa kappaleessa on todettu, tarkastusmateriaalin perusteella [...].
280. Virastolle toimitetun sitoumuspaketin saatekirjeessä⁷⁰ yrityskaupan ilmoittajat toteavat alalle tulosta seuraavaa: "[...]."

6.5.4.1. Johtopäätös

281. Viraston näkemyksen mukaan ei näytä todennäköiseltä, että yrityskaupan jälkeen yhteisyrityksen markkinavoiman käyttöä rajoittaisi realistinen uhka riittävästä ja oikea-aikaisesta alalle tulosta. Alalle tulon kustannukset, houkuttelevuus ja tukkuportaalle pääsy toimivat kukin osaltaan alalle tulon esteinä. Lisäksi, kuten yrityskaupan ilmoittajat ovat todenneet, markkinat ja kysyntä eivät ole kasvamassa vaan pikemminkin vähentymässä. Markkinoille tulo on todennäköisemmin kannattavaa markkinoilla, joiden odotetaan tulevaisuudessa kasvavan verrattuna markkinoihin, jotka ovat kypsiä tai joiden odotetaan heikkenevän.⁷¹

⁷⁰ Sähköposti 8.2.2013.

⁷¹ Komission horisontaalisten sulautumien arviointia koskevat suuntaviivat, kohta 72.

282. Uponorilla ja KWH:lla jo nykyisin oleva ylikapasiteetti voi myös osaltaan rajoittaa halukkuutta alalle tuloon. Markkinoille tulon houkuttelevuutta ja kannattavuutta arvioitaessa on otettava huomioon markkinoille tuotavan lisäkapasiteetin vaikutus hintatasoon ja alalla jo toimivien yritysten mahdolliset vastatoimenpiteet.⁷² Ottaen huomioon Uponorilla ja KWH:lla oleva putkien tuotantokapasiteetti ja mahdollinen hintasodan uhka uuden toimijan käynnistettyä toimintansa, kannustimia alalle tuloon ei voida pitää korkeina.

6.5.5. LVI-tukkujen merkitys jakelukanavana

283. LVI-tukut ovat useissa infrastruktuuriputkien tuoteryhmissä merkittävä jakelukanava. Keskittymän osapuolet, erityisesti Uponor, ovat vahvasti läsnä LVI-tukuissa. Tukut ovat kilpailuttaneet ostojaan vuosittain, virastolle antamansa ilmoituksen mukaan pääasiassa tuoteryhmäkohtaisesti. Valmistajan etuna kuitenkin on pidetty laajaa tuotevalikoimaa.⁷³ Ennen yrityskauppaa päätoimittajia tukuille ovat olleet Uponor, KWH ja Pipelife. KWH:n toimitukset Onniselle ovat kuitenkin olleet vähäisiä. Onnisen ilmoituksen mukaan tämä johtuu KWH:n ”kauppapoliittisista syistä”.⁷⁴ Aikaisemmin KWH on ollut vahvemmin läsnä myös Onnisen valikoimissa. Ahlsellille ja LVI-Dahlille KWH on sitä vastoin ollut kokonaisvolyymissä Uponorin ja Pipelifen veroinen toimittaja. KWH on ollut vahva projektitoimija, sitä vastoin Pipelifen jakelustrategia näyttää olevan tukkujakelu.
284. Tukut osallistuvat yksityisten ja julkisten toimijoiden projektien tarjouskilpailuihin merkittävässä määrin. Niilläkin infrastruktuuriputkien markkinoilla, jotka yrityskauppailmoituksessa kuuluvat osapuolten ilmoittamaan yksityiseen projektimyyntiin tai julkisiin hankintoihin ja joissa toimitukset tapahtuvat suoraan tehtaalta asiakkaan varastoon tai projekti kohteeseen, laskutus kulkee usein tukkujen kautta. Käytäntö on, että valmistajat ilmoittavat tuotteille hinnan kyseiseen kohteeseen ja tukut antavat tarjouksenaan alennusprosentin hinnasta. [...].⁷⁵ Ainakin pääosin yhteen tarjouskilpailuun yksi tukku osallistuu yhden valmistajan tuotteilla. Tukkujen tuottama lisäarvo tarjouskilpailuissa on kyseenalainen ja kuvastaa niiden asemaa markkinoilla.
285. Kuten edellä on todettu, KWH katsoo sisäisissä asiakirjoissaan, että [...].⁷⁶ Uponorin sisäisessä sähköpostiviestissä [...].⁷⁷

⁷² Komission horisontaalisten sulautumien arviointia koskevat suuntaviivat, kohta 69.

⁷³ Tapaamismuistio Onninen 12.12.2012.

⁷⁴ Tapaamismuistio Onninen 12.12.2012.

⁷⁵ [...]

⁷⁶ [...]

⁷⁷ [...]

286. Meltex ei ole läsnä LVI-tukkujakelussa. Yhtiöllä on oma myymäläketju (kahdeksan liikettä) ja lisäksi se myy tuotteitaan etenkin ketjuihin kuulumattomiin rautakauppoihin - tosin joitakin volyymituotteita myös K-Rautaan ja Starkkiin, [...]. Meltexin mukaan etenkin kesäkuussa on usein ollut pulaa putkista, jolloin myös Meltexillä on ollut enemmän myyntiä isoihin rautakauppaketjuihin ja myös KWH on kyselty pulaa-aikana Meltexiltä kieppiputkea. Meltexin tuotevalikoima on osin erilainen kuin kilpailijoillaan, ja sillä on valikoimissaan runsaasti myös ns. trading -tuotteita kuten eristeitä ja suodatinkankaita. Meltex on jättäytynyt tukkumarkkinan ulkopuolelle, sillä sitä ei ole kiinnostanut "viidennen toimittajan" asema, jolloin ollakseen kilpailukykyinen hintojen pitäisi olla -20 % suurempien toimittajien hinnoista. Tukut isoina pelureina sanelisivat muutenkin ehdot ja rajoittaisivat Meltexin mahdollisuuksia myydä tuotteitaan oman myymäläverkostonsa kautta.⁷⁸
287. Yrityskaupan vaikutukset putkivalmistajien ja LVI-tukkujen suhteisiin voivat olla moninaiset. Yhtäältä keskittymän merkitys toimittajana korostuu ja vaihtoehdot tukuille vähenevät. Tukkujen ei ole käytännössä mahdollista pudottaa keskittymää kokonaan valikoimistaan, jolloin niiden vaihtoehdot päätoimittajiksi ovat käytännössä Uponor/KWH-keskittymä ja Pipelife. Laajamittainen tuonti johtaisi kuljetuskustannusten vuoksi hintatason nousuun Suomessa.
288. Toisaalta keskittymän pyrkimyksenä lienee [...] ⁷⁹. Näin ollen tukkujen kautta toimitettaisiin lähinnä bulkkitavara (pienet putket) ja yhteet, joita edelleen kannattaa tuoda ulkomailta. Laajamittainen bulkkiputkien myynti tukkujen kautta on valmistajien kannalta edelleen välttämätöntä, jotta tuotannon volyyymi säilyy riittävänä. Korkeamman marginaalin tuotteet keskittymä mahdollisesti pyrkii myymään tukkujen ohi. Pipelifen tukkumyyntiin keskittyvä jakelustrategia huomioiden yrityskauppa vähentää kilpailun painetta siten erityisesti projektimyynnissä.
289. Tukut edellyttävät valmistajilta vuosisopimuksessa takuuta tietystä toimitusmäärästä. Toimitusvarmuusnäkökulmasta tukut haluavat pitää valikoimissa 2-3 toimittajaa, markkinasta riippuen.⁸⁰ Pienten toimijoiden voi olla vaikea sitoutua merkittäviin toimitusmääriin, jolloin niiden rooli jää lähinnä pääasiallisia toimittajia täydentäväksi. Tukut ovat myös pitäneet valmistajan etuna laajaa tuotevalikoimaa. Tukut toimivat portinvartijana uusille toimijoille ja pienten yritysten kasvumahdollisuuksille.
290. Viraston arvion mukaan LVI-tukuilla on vahva asema ja merkitys muoviputkimarkkinoilla. Tukkujen toimesta tapahtuva ohjailu ei kuitenkaan ole välttämättä omiaan edistämään putkimarkkinoiden kilpailullisuutta. Vastineeksi suurten LVI-tukkujen valikoimaan pääsystä valmistajat voivat

⁷⁸ Tapaamismuisto Meltex Oy 20.11.2012.

⁷⁹ Ks. esimerkiksi [...].

⁸⁰ Tapaamismuistio Onninen 12.12.2012.

joutua luopumaan muihin jakelukanaviin pyrkimisestä (kuten Pipelifen osalta edellä todetaan) ja vapaasta projektihinnoittelusta. Suurten valmistajien kannalta myönteistä on kuitenkin se, että tukut ylläpitävät markkinoilla jo toimivien valmistajien vahvaa asemaa ja osaltaan pitävät huolen siitä, etteivät pienemmät alalle tulijat pääse helposti kasvamaan markkinoilla omaa niche-rooliaan suuremmiksi toimijoiksi.

291. Keskittymän mahdollisesti toteuttama yleinen hintatason nostaminen, jota muut toimijat seuraisivat, ei olisi välttämättä myöskään tukkujen intressien vastainen. Tukuilla on mahdollisuus siirtää markkinahintatasossa tapahtuva korotus edelleen loppuasiakkaiden maksettavaksi.
292. Huomattava on myös, että yrityskauppailmoituksenkin mukaan suuri osa infrastruktuuriputkien myynnistä tapahtuu tukkujen ohi suoramyyntinä yksityisille tai julkisille asiakkaille. Kuten edellä on todettu, pienet erikoistuneet markkinatoimijat tuovat vain rajallista kilpailupainetta keskittymälle näissä jakelukanavissa.

6.5.6. Lausuntotiivistelmä

293. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on yrityskauppaa koskevan selvitystyön yhteydessä pyytänyt yhteensä 125 markkinaosapuolta vastaamaan yrityskauppaa koskevaan selvityspyyntöön sekä 20 toimialajärjestöä esittämään lausuntonsa yrityskaupan vaikutuksista. Markkinaosapuolista 54 ja toimialajärjestöistä seitsemän on toimittanut virastolle pyyntöjä koskevat vastauksensa. Yrityskaupan osapuolet ovat painottaneet sitä, että keskeiset kilpailijat ja esimerkiksi LVI-tukut eivät ole vastustaneet yrityskauppaa tai nähneet siinä kilpailuongelmia. Kilpailu- ja kuluttajavirasto haluaa kuitenkin korostaa, että se on vastaanottanut niin suurilta kuin pieniltäkin toimijoilta useita lausuntoja, joissa on nostettu esille yrityskaupasta aiheutuvia kielteisiä kilpailuvaikutuksia. Monissa sellaisissa lausunnoissa, joissa ei sinänsä ole vastustettu yrityskauppaa, on kuitenkin nostettu esille keskittymälle syntyvä poikkeuksellisen vahva markkina-asema Suomen muoviputkimarkkinoilla. Virasto on seuraavassa lausuntoyhteenvedossa esittänyt kootusti ne vastausten asianosaisjulkisista versioista ilmenevät kielteiset vaikutukset markkinatilanteeseen, joita yhteisyrittäksen perustamisella on arvioitu olevan.

6.5.6.1. Valmistajat

294. **Clewer Markkinointi Oy** on osapuolten kilpailija kiinteistökohtaisissa panospuhdistamoissa. Yhtiö on vastauksessaan esittänyt, että yrityskauppa tulee muodostamaan määräävän markkina-aseman Uponorin ja KWH:n muodostamalle yhteenliittymälle, jonka vahva asema näkyy erityisesti tukku- ja vähittäiskaupan puolella, johon kauppa tulee keskittymään. Yhtiön mukaan yritysjärjestely merkittävästi vaikeuttaisi ja vähentäisi kilpailua ja nostaisi alalle tulon kynnystä entisestään. Yhtiön näkemyksen mukaan alalle tulo on huomattavasti vaikeampaa kuin yritysjärjestelyn ilmoittajat ovat

esittäneet. Yhtiö muun muassa katsoo, että hyödykemarkkinoiden jakautuminen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoille ja yksityisen projektimyynnin markkinoille on syntynyt lähinnä sitä kautta, että isommilla ja pidempään alalla toimineilla yrityksillä on huomattavasti paremmat mahdollisuudet saada tuotteita tukku- ja vähittäiskaupan myytäväksi. Asiakaskohderyhmät ko. markkinoilla ovat pääosin samoja. Lisäksi yhtiö toteaa, että loppukäyttäjän näkökulmasta pienpuhdistamohankinta käsittää yhden kokonaisuuden, johon kuuluvat kaikki siihen tarvittavat osat, kuten putket ja tarkastuskaivot varsinaisen puhdistamon lisäksi, jonka kokonaishankinnan hintaa asiakkaat tarkastelevat kokonaisuutena. Tämä lisää yhtiön mukaan yhteenliittymän asemaa ja johtaa alalle tulon vaikeutumiseen entisestään. Asiakkaan näkökulmasta alalle ei jää yhtiön mukaan riittävästi vaihtoehtoisia toimijoita. Kilpailijan näkökulmasta yhteenliittymä pystyy taas hallitsemaan tukkuportaan myyntiä lähes kokonaan. Pienemmillä toimijoilla ei ole mahdollisuutta tehdä tukkuliikkeiden vaatimia markkinapanostuksia. Yhtiö ei näin ollen pidä yrityskaupan vaikutusten arvioimiseksi annettuja taustatietoja soveltuvina markkina- ja kilpailutilanteen arvioimiseen panospuhdistamojen ja niihin liittyvien putkien ja muiden tarvikkeiden osalta vastauksessa tarkemmin ilmenevin perustein.

295. **Meltex Oy Plastics:n** mukaan yrityskaupan toteutuessa markkinoille syntyy vahva ja tehokas toimija, joka on monessa putkituotteessa johtavassa asemassa.
296. **Meriser Oy** on katsonut vastauksessaan, että toimialalla on kaksi merkittävää toimijaa, Uponor ja KWH Pipe, joiden yhdistyminen keskittää toimintoja markkinoilla. Yhtiön mukaan tilanne voisi vaikeuttaa pienempien toimijoiden tilannetta raaka-aineen hankinnassa, jos iso toimija pystyy vaikuttamaan raaka-aineen myyjän toimintatapoihin ja hinnoitteluun. Lisäksi yhtiön mukaan osapuolten esittämä hyödykemarkkinajako ei ole välttämättä paras mahdollinen etenkin korvaavien materiaalien osalta ja paremman kuvan markkinaosuuksista ja yrityskaupan vaikutuksista saataisiin, jos keskityttäisiin pelkästään muoviperäisiin tuotteisiin. Yhtiön mukaan vaarana on, että esitetty jakotapa näyttää yritysjärjestelyn osapuolille liian pienet markkinaosuudet nykytilanteessa. Yhtiön näkemyksen mukaan Uponorin ja KWH Pipen markkinaosuudet ovat ilmoitettu kautta linjan liian pieninä taikka jaoteltuna niin, että ne esiintyvät liian pieninä Suomen markkinoilla. Markkinoiden jako esitetyllä tavalla ei yhtiön näkemyksen mukaan kerro sitä, kuinka suuri markkinaosuus yrityskaupan osapuolilla on tietyissä muovituotteissa, esim. muoviputkissa/-yhteissä. Yhtiön käsityksen mukaan esim. yli 400 mm viemäriputkissa osapuolten markkinaosuus Suomessa on noin 90 %.
297. **Pipelife Finland Oy** on niin ikään vastauksessaan todennut, että kyseessä olevassa yrityskaupassa, jossa kaksi Suomen suurinta alan yritystä yhtyisi, muodostuisi Suomeen erittäin vahvan markkina-aseman sekä lähes täydellisen tuotevalikoiman omaava yritys. Yhtiö on lisäksi todennut, että markkinoiden määrittämisessä yrityskaupan kohteena olevilla yrityksillä on

Suomessa erilainen asema kuin muissa toimintamaissa ja täten myös vaikutukset olisivat erilaiset kuin muissa maissa, joissa yritysjärjestelyn seurauksena ei synny sellaista määräävää markkina-asemaa, joka vaarantaisi kilpailua millään tuotealueilla. Yhtiö myös toteaa, että kaukolämpöputkien kuorten, peltosalojien, hulevesijärjestelmien (450–1000 mm) sekä isojen muoviputkien (yli 630 mm) markkinoilla toimijoita ei ehkä ole riittävästi vapaan ja toimivan kilpailun varmistamiseksi. Alalle tulon kynnyksen arvioidaan myös olevan korkeampi suurissa sadevesiputkissa, kaikenlaisissa yhteissä, PVC-putkissa sekä lattialämmitysjärjestelmissä suhteellisten suurten investointikustannusten vuoksi.

298. **Rudus Betonituote Oy** on vastauksessaan katsonut, että hule- ja jätevesimarkkinoilla toimii kolme merkittävää muovivalmistajaa: Uponor, KWH ja Pipelife, joista yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus ylittää 50 % useimmissa kokoluokissa. Yhtiön mukaan osapuolet pystyisivät yhteisyrittäksenä standardoimaan ratkaisukokonaisuuksiaan eri käyttötarkoituksiin tuotteistoaan yhdistettäessä ja näin voisivat rakentaa kilpailun esteitä, mikä tulisi vahvistamaan heidän markkina-asemaansa edelleen. Yhtiö on myös katsonut oman markkinaosuutensa poikkeavan merkittävästi osapuolten ilmoittamista luvuista. Lisäksi yhtiö pitää todennäköisenä, että yrityskaupan osapuolet yhdistäisivät päällekkäiset tuotevalikoimansa, jolloin vaihtoehtoiset tuotevalikoimat markkinoilla vähenisivät merkittävästi. Markkinoille jäisi käytännössä kaksi merkittävämpää muovivalmistajaa, so. Uponor/KWH-yhteisyrittäys ja Pipelife. Lisäksi yhtiö on todennut viemäri-alan osalta, että alalla on perinteisesti ollut vähän toimijoita, vaikka kokonaismarkkinoilla huomioidaan useampi valmistusmateriaali (muovi, betoni, valurauta). Tämän on katsottu johtuvan siitä, että alalla on keskitytty jo vuosikymmenten ajan, mikä näkyy nyt myös muovi- ja valurautateollisuuden omistusten keskittymisenä yritysostojen tai fuusioiden kautta. Betonin markkinaosuuden kerrotaan niin ikään laskeneen muoviteollisuuden voimakkaan panostuksen seurauksena. Yhtiön mukaan kahden merkittävän ja johtavan muoviputkivalmistajan yhdistyessä seurauksena on kilpailun rajoittuminen, eikä uusien yritysten tulon markkinoille katsota tällä hetkellä olevan uhka tai rajoittavan jo nyt toimivien yritysten markkinavoimaa ja lisääntyvän kilpailun merkittävyyden uskotaan jäävän pieneksi tai jopa marginaaliseksi.
299. **Saint-Gobain Pipe Systems Oy** on vastauksessaan arvioinut, että yritysjärjestelyn taustalla on halu purkaa alalla vallitsevaa teknistä ja henkilöstön ylikapasiteettia ja vahvistaa osapuolten yhteenlaskettua markkina-asemaa. Yhtiö mukaan muovituotteet ovat joissakin tilanteissa korvanneet esim. betoni- ja valurautatuotteita, mutta yhtiö pitää mahdollisen, joskin epätodennäköisenä, että siirtymä voisi tapahtua takaisinpäin. Yhtiön mukaan 5–10 % hintamuutokset eivät välttämättä olisi riittäviä olemassa olevan tilanteen muuttamiseksi, sillä ratkaisut tehdään usein teknisten vaatimusten ja eroavaisuuksien pohjalta. Osapuolten edellä mainitun mukainen hinnannosto saattaisi näin ollen parantaa yhtiön asemaa

ainoastaan joissakin rajatapauksissa, mutta päävolyymituotteiden suhteen hinnankorotuksella ei olisi yhtiölle mitään merkitystä. Lisäksi yhtiö on tuonut esiin, että kotimaisilla pienemmillä valmistajilla ei ole yhtä laajaa tuotevalikoimaa kuin yritysjärjestelyn osapuolilla, minkä ohella maahantuojat joutuvat huomioimaan ylimääräiset, joskus korkeatkin kuljetuskustannukset ja sitä kautta hakemaan ratkaisuja ja tuotealueita, joissa hinta ei ole merkittävin valintakriteeri.

300. **Suomen Käyttömuovi Oy** on todennut vastauksessaan, että Suomessa on tällä hetkelle kolme suurta toimijaa: Uponor, KWH ja Pipelife, joista jokainen on vahvimmillaan omien tehtaidensa lähimarkkinoilla.
301. **Wavin-Labko Ltd** on vastauksessaan maininnut, että yhtiön pääkilpailijoita osapuolten ilmoittamilla paineputkimarkkinoilla ovat Uponor, KWH Pipe, Meltex ja Pipelife (panospuhdistamojen osalta ainoastaan Uponor ja KWH Pipe). Yhtiön mukaan yritysjärjestely johtaisi yleisesti ottaen 40 % tai sitä suurempiin markkinaosuuksiin, ja yhtiön arvion mukaan yhteisyrittäyksellä olisi 50–60 % markkinaosuus vesi- ja kaasupaineputkijärjestelmissä sekä viettoviemärijärjestelmissä. Koska suurimman osan, 3–4 kilpailijasta näillä markkinoilla täytyy tuoda tuotteensa Ruotsista, yhtiö katsoo tämän myös rajoittavan niiden aiheuttamaa kilpailupainetta suhteellisen korkeiden kuljetuskustannusten takia. Näin ollen jo suhteellisen pieni hinnanalennus riittäisi poissulkemaan ulkomaiset kilpailijat ja loisi yhteisyrittäykselle monopolinkaltaisen markkina-aseman. Kuljetuskustannuksista johtuen ulkomaiset kilpailijat pystyisivät reagoimaan myös mahdollisiin hinnankorotuksista vain rajoitetussa määrin. Yhtiön mukaan yritysjärjestely johtaisi kokonaisuutena vastaavaan tilanteeseen niillä markkinoilla, joilla yhteisyrittäyksen markkinaosuus ylittäisi 50 %, ja joilla suurimmalla osalla kilpailijoista ei ole omaa tuotantokapasiteettia Suomessa. Yhtiö odottaa yritysjärjestelyn johtavan näin ollen hintojen nousuun kyseisillä markkinoilla ja osapuolten markkinavoiman kasvamiseen erityisesti tukkumyynnissä ja julkisissa hankinnoissa.
302. **Wiitta Ky** on osapuolten kilpailija etenkin vietto- ja kiinteistöviemärijärjestelmien yhteissä. Vastauksessaan yhtiö on muun ohella esittänyt, että Suomessa vallitsevat muoviputkimarkkinat ovat yhtiön omasta ja useiden alalla toimivien sekä sivullisten mielestä voimakkaasti väriytyneet. Alan suuret toimijat (Uponor, KWH Pipe ja Pipelife) ovat vahvasti kiinni suurissa tukkuliikkeissä (markkinoiden ehdottomasti suurin volyyymi), joihin yhtiön kaltaisilla pienillä toimijoilla (Wiitta, Meriser) ei ole annettu aidosti markkinalähtöisiä mahdollisuuksia edes yrittää. Yksityisessä projektikaupassa tilanne on tasaisempi, koska asiakkaita on enemmän ja kaupantekoperusteet ovat markkinalähtöiset, joten alan pienetkin toimijat pääsevät helposti mukaan ainakin tarjousvaiheeseen. Julkisiin hankintoihin pienet toimijat pääsevät tarjoamaan erittäin harvoin, vaikka yhdistäisivät 2–3 toimijan tuotevalikoimat. Julkisten hankintojen tarjouspyynnöt ovat yhtiön näkemyksen mukaan laadittu niin laajoiksi tuotekokonaisuuksiksi, että niitä eivät voi tarjota muut kuin suuret tukkuliikkeet yhdistämällä 2–3 suuren

toimittajan tuotevalikoiman, vaikka yhtiö voisikin omissa tuotteissaan olla erittäin kilpailukykyinen niin hinnan, laadun kuin palvelun osa-alueilla.

6.5.6.2. Tukku- ja vähittäiskauppa

303. **Elektroskandia Suomi Oy** on vastauksessaan todennut, että kaapelinsuojajärjestelmissä on jo nykyisellään vähän kilpailua. Osapuolten ohella yhtiö mainitsee suurena toimijana myös Pipelifen, jonka markkinaosuuden mainitaan olevan huomattavan suuri tukkukaupassa. Yhtiön mukaan tukkukauppaan jäisi yritysjärjestelyn myötä käytännössä vain kaksi vaihtoehtoa, uusi Uponor-KWH ja Pipelife. Yhtiön mukaan kaapelinsuojajärjestelmissä markkinoiden ongelma on jo nykyisellään ollut valmistajien pieni määrä, eikä pienten valmistajien katsota pystyvän vastaamaan markkinoiden volyyymiin. Yritysjärjestelyn myötä yhtiöllä olisi näin ollen rajoitetummat vaihtoehdot reagoida yhteisyrityksen mahdollisiin hinnankorotuksiin ja yhtiön käyttämissä tuotteissa osapuolten markkinaosuudet kasvaisivat myös niin suuriksi, että se hankaloittaisi uusien toimijoiden markkinoille tuloa.
304. **Bauhaus & Co Ky** on vastauksessaan todennut, että relevanttien hyödykemarkkinoiden jaottelussa tulisi ottaa myös huomioon yritysten kokonaismarkkinaosuus sillä Suomen markkinoiden pienuudesta (markkinoilla olevien toimijoiden vähyyys) johtuen, monet ilmoituksessa määritellyt tuoteryhmät ovat sidoksissa toisiinsa, jolloin tavarantoimittaja voi neuvottelutilanteessa käyttää toisen ryhmän määräävää markkina-asemaa hyödykseen neuvotellessa tuotteista, jotka kuuluvat toiseen tavararyhmään. Yhtiön mukaan eräiden kriittisten tuoteryhmien osalta uhka on ilmeinen (esim. vesikiertoiset lattialämmitysjärjestelmät, paineputket, viettoviemärijärjestelmät/putket, peltosalaojitus, tekninen kuivaus, kiinteistöviemärijärjestelmät jne.). Yhtiön mukaan markkinat tulisi määrittellä myös putkijärjestelmien kautta, koska järjestelmät saattavat sisältää osia tai materiaaleja muista tuoteryhmistä. Lisäksi yhtiö katsoo, että Suomessa käytetään tosiasiallisesti laajasti vain kotimaisten toimittajien tuotteita, sillä useat suositellut ominaisuudet (esim. putken paksuudesta) löytyvät vain suomalaisilta toimittajilta ja eritoten kuljetuskustannukset muualta Euroopasta vaikeuttavat maahantuontia. Yhtiön mukaan tuotteilla on tälläkin hetkellä vakaa hintataso, koska kilpailua ei juuri ole. Yhtiön mukaan vaikuttaakin siltä, että toimijoiden antamat tiedot on annettu siinä muodossa, että ne vähättelisivät yhdistymisen tuomia vaikutuksia kilpailuun.
305. **Rautakesko Oy** on vastauksessaan katsonut, että yhtiön käyttämissä tuoteryhmissä (etenkin kiinteistöviemärijärjestelmissä, hulevesijärjestelmissä, salaojajärjestelmissä, teknisessä kuivatuksessa ja kiinteistökohtaisissa puhdistamoissa) on tällä hetkellä toimiva kilpailutilanne, mutta potentiaalisia toimittajia, jotka kykenevät yhteistyöhön yhtiön toimintamallilla on vähän. Yrityskaupan katsotaan näin ollen vähentävän kilpailua valmistuksessa ja suosivan kilpailijoita, joilla on omaa tuotantoa sekä vähittäismyyntiä. Pääsääntöisesti yhtiön käyttämissä tuoteryhmissä

kilpailutilanteen nähtäisiin supistuvan olennaisesti mahdollisen yhteisyrityksen myötä. Yhtiö myös arvioi, että muita yhteistyökumppaneita tuskin löytyisi, mikäli yrityskaupan osapuolet nostaisivat hintojaan yrityskaupan jälkeen 5–10 %, koska yhtiön toimintamalliin soveltuvia toimittajia on jo entuudestaan liian vähän. Toimittajien toimintavoissa suurin ero on panostaminen kenttätoimintojen laajuuteen, mitä yhtiö tarvitsee omassa liiketoimintamallissaan. Yhtiön mukaan kenttätoimintoihin panostavat Uponor ja KWH, mutta eivät Pipelife ja Wavin. Tällä on suuri vaikutus siihen, keneltä yhtiö voi ostaa tavaraa. Lisäksi toimittajien valikoimissa on suuria eroja yrityksen koon mukaan. Edellä mainituilla pienemmällä toimittajilla voi olla hyvinkin kapeita tuotealueita, minkä ohella pienemmät toimittajat käyttävät aggressiivista ja poukkoilevaa hinnoittelutaktiikka, mikä ei sovi yhtiön tuotteiden ostopolitiikkaan. Yhtiö ei myöskään pidä todennäköisenä, että markkinoille tulisi uusia kilpailijoita laajalla tuotevalikoimalla suurien investointikustannusten takia, eikä tuontia Keski-Euroopasta pidetä vaihtoehtona logistiikkakustannusten ja tuotteiden erilaisen laadun takia. Yhtiön näkemyksen mukaan uusien yritysten markkinoille tulon uhka on näin ollen pieni, eikä riittäisi rajoittamaan yhteisyrityksen markkinavoimaa. Myös pienillä toimijoilla arvioidaan olevan mahdollisesti vain pieni vaikutus yhteisyrityksen markkinavoimaan.

306. **Suomen osuuskauppojen keskuskunta (SOK)** on keskittynyt vastauksessaan kommentoimaan ilmoitetun yritysjärjestelyn vaikutuksia tukku- ja vähittäiskaupan markkinoilla. Yhtiön mukaan yrityskauppa vähentäisi toteutuessaan kilpailua, kun nykyisestä kahdesta mahdollisesta kotimaisesta valmistajasta jäisi jäljelle vain yksi. Mahdollisen 5–10 % hinnannoston kustannusvaikutus olisi yhtiön mukaan siirrettävä myyntihintoihin, jolloin kuluttaja/loppuasiakashinnat nousisivat. Lisäksi vastauksessa todetaan nimenomaisesti, että peltosalaojitustuotteissa kilpailua ei olisi yrityskaupan seurauksena lainkaan.

6.5.6.3. Asiakkaat

307. **Destia Oy** on arvioinut vastauksessaan, että yrityskaupalla olisi todennäköisesti vaikutuksia muoviputkimarkkinoilla, kun yhteisyrityksen markkinaosuus kasvaisi merkittävästi Suomessa. Yhtiön mukaan uusien yritysten markkinoille tulon uhka ei mahdollisen yritysjärjestelyn jälkeen myöskään rajoittaisi markkinoilla toimivien yritysten markkinavoimaa juurikaan ja uusilla toimijoilla tuskin olisi suurta vaikutusta kilpailutilanteeseen, sillä yhteisyritys olisi selvä markkinajohtaja Suomessa ja sen markkinavoima sen mukainen.
308. **Elpotek Oy** on kilpailuttanut viemäriputkivalmistajia usean vuoden ajan ja käyttänyt kumpaakin osapuolta toimittajanaan riippuen niiden vuotuisesta hinnoittelustaan. Yhtiön näkemyksen mukaan Uponorin ja KWH:n ohella muut alalla toimijat ovat käytännössä niin pieniä, että niillä ei ole käytännön mahdollisuuksia kilpailla näiden kahden suuremman kanssa. Suuremmaksi ongelmaksi yhtiölle kuitenkin muodostuu mahdollisen yhteisyrityksen

jälkeinen tilanne, jossa yhtiön olisi ostettava ko. yhteisyritykseltä tuotteita, koska muilla toimijoilla ei ole riittävää kapasiteettia yhtiön palvelemiseksi. Asetelma olisi yhtiön kannalta äärimmäisen hankala. Mikäli yhteisyritys nostaisi tässä tilanteessa hintatasoaan, yhtiö olisi pakotettu etsimään toimittajia maan rajojen ulkopuolelta tai ostamaan usealta kotimaiselta toimittajalta, jolloin toimitusvarmuus olisi aina riskialttiimpi. Yhtiön näkemyksen mukaan alalle ei näin ollen jäisi toimijoita, joilla olisi riittävästi kapasiteettia taikka toimitusvarmuutta, eikä uusien yritysten markkinoille tulon uhan katsota rajoittavan markkinoilla jo nyt toimivien yritysten markkinavoimaa. Lisääntyvän kilpailun merkittävyyden arvioidaan jäävän niin ikään pieneksi tai jopa marginaaliseksi suurten kuljetuskustannusten vuoksi.

309. **Gasum Oy** on vastauksessaan kertonut, että Gasum-konserni hankkii muovisia paineputkia eri painetasoille suunnitellun yhteisyrityksen kummaltakin osapuolelta. Yhtiön kilpailuttamis- ja ostoprosessien kokemusten perusteella ao. osapuolet ovat hyvin useasti antaneet edullisimmat tarjoukset. Näin ollen yhtiö on katsonut, että yhteisyrityksen perustaminen tarkoittanee kahden edullisia ja kilpailukykyisiä tarjouksia tehneen toimijan yhteenliittymistä painputkistojen osalta. Yhtiön mukaan pienten paineputkitoimitusmäärien osalta ulkomaiset toimittajat eivät ole myöskään kilpailukykyinen vaihtoehto mm. jo logistiikkakustannukset huomioon ottaen, vaan markkinat rajoittuvat tältä osin Suomeen. Yhtiön mukaan kyseiset hankinnat ulkomailta ovat mahdollisia ainoastaan suurissa toimitusmäärissä. Gasum Oy on näin ollen katsonut, että yrityskaupan jälkeen mahdollinen 5–10 % hintojen nousu merkitsisi etenkin pienissä toimitusmäärissä ja paikallistasolla investointikustannusten nousua ja siten heikennystä liiketoiminnan hintakilpailukykyyn. Lisäksi vaihtoehtoisten toimittajien määrää vähenisi selkeästi muovisissa putkissa ja markkinoille jäävät yritykset kohtaisivat vain hyvin rajallisesti kilpailupainetta muilta toimijoilta.
310. **Helsingin seudun ympäristöpalvelut (HSY)** katsoo vastauksessaan, että yrityskaupan seurauksena markkinoilla voi olla pyrkimystä korkeampaan hintatasoon, vaikka toteaakin oman toimintansa kannalta voivansa turvautua korvaaviin tuotteisiin hintasuhteiden muuttuessa.
311. **Infra ry** on lausunnossaan katsonut, että yrityskaupan osapuolilla, jollei niillä ole ollut jo nyt määräävää markkina-asemaa, niin yritysjärjestelyn jälkeen tätä asemaa vahvistetaan tai ainakin luodaan määräävä markkina-asema. Yhdistyksen mukaan osapuolten lisäksi kolmas suuri Suomen markkinoilla infra-alan urakoitsijoille tuotteita tarjoava yritys on Pipelife Finalnd Oy, ja näiden kolmen suuren lisäksi Suomessa toimii ko. toimialalla joitain selvästi pienempiä yrityksiä. Toteutuessaan yrityskauppa synnyttäisi näin ollen tilanteen, jossa Suomessa toimi kaksi merkittävää toimijaa, mikä tulisi yhdistyksen näkemyksen mukaan jatkossa vähentämään tai jopa estämään tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla. Lisäksi yhdistys on tuonut vastoin osapuolten näkemystä esiin, ettei urakoitsijoilla ole

tasapainottavaa hinnoitteluvoimaa. Valtaosa kunnallisteknisistä urakoista on pieniä 100.000 €– 1 milj. € urakoita, joita myös pienet urakoitsijat voivat tarjota. Inra-alan trendinä on ollut nimittäin se, että tilaajat tilaavat kokonaistoimituksen, jolloin urakoitsijat ostavat myös työssä tarvittavat materiaalit. Yhdistyksen mukaan esimerkiksi näin pienten urakoiden materiaalityömitukset ulkomailta ovat taloudellisesti mahdottomia, mikä osaltaan lisää myyjäpuolen neuvotteluvoimaa.

312. **Kuopion Vesi** on tuonut vastauksessaan esiin, että pienikokoissa putkissa (32–200 mm) on useita toimittajia, mutta todennut, että suurikokoisissa putkissa on vähemmän kilpailua ja vain yksi toimittaja (KWH) hulevesijärjestelmissä (1400–2000 mm). Liikelaitos myös arvioi, että yrityskaupan osapuolten mahdollisen 5–10 % hinnankorostuksen myötä kustannukset nousisivat ja vesihuoltoverkostoja voitaisiin uusia vähemmän, jolloin kuntovaje kasvaisi. Huolestuttavimpana liikelaitos pitää sitä, että ilmoittajien yhteinen markkinaosuus on viettoviemäreissä jopa 90 % julkisissa hankinnoissa. Liikelaitos epäilee, pystyvätkö pienet tuottajat kilpailemaan ja lisäämään tarvittaessa tuotantoaan riittävästi, ja katsoo, että yhteisyrittäkselle saattaa muodostua näillä markkinoilla määräävä markkina-asema.
313. **Skanska Infra Oy** on vastauksessaan esittänyt huomioita tuoteryhmittäin. Paineputkien osalta yhtiö on huolissaan suunnitellun yhteisyrittäksen markkinaosuudesta, joka olisi 50–60 % kokonaisuudesta ja erityisesti tukkukaupassa 70–80 %. Yhtiön mukaan todellista kilpailua käydään isojen valmistajien kesken, joita olisi yrityskaupan myötä monissa tuotteissa yhteisyrittäksen lisäksi vain Meltex ja Pipelife. Yhtiö esittää huolensa yhteisyrittäksen markkinaosuudesta myös suurten putkijärjestelmien, jätevesijärjestelmien ja erityisesti salaojajärjestelmien osalta, joiden markkinoilla yhteisyrittäksen markkinaosuus estäisi tehokkaan kilpailun esim. tukkuportaassa. Yhtiön mukaan kaivojen osalta markkinoille näyttäisi jäävän kohtalaisesti kilpailua, mutta yhtiö tuo kuitenkin esiin, että osa kaivojen valmistajista ostaa kaivojen materiaalit (muoviputket) alan toimijoilta ja näin yrityskaupan osapuolilla olisi esitettyä suurempi vaikutus markkinatilanteeseen. Lisäksi kaapelinsuojajärjestelmien osalta yhtiö esittää, että markkinat toimivat tehokkaasti vain kotimaisten toimittajien kesken.
314. **Suomen Kuntaliitto** on todennut lausunnossaan, että osa kunnista ja kuntien vesihuoltolaitoksista ovat kilpailuttaneet tukkuliikkeet putkihankintoihin, koska tukkuliikkeet ovat pystyneet saamaan aikaan kilpailua putkivalmistajien kesken. Aitoa kilpailua on syntynyt mielipiteiden mukaan juuri Uponorin ja KWH:n välille. Kokemuksen perusteella ulkomaalaisten yritysten ei katsota aidosti luovan markkinoita Suomeen, koska Suomen volyymit ovat liian pienet ja Suomen sijainti entisestään vähentää ulkomaalaisten putkiyritysten kiinnostusta Suomea kohtaan. Kuntaliiton näkemyksen mukaan kuntien käyttämien paineputkien ja viettoviemäriputkien (sisältäen viemäriputkien yhteyt) markkinoita ei

yrittäjäkaupan jälkeen enää olisi, mikä vaikeuttaa kuntien kilpailuttamista. Liitto katsoo, että yhteisyrityksen markkinaosuus julkisten hankintojen markkinoilla olisi kyseisten tuotteiden osalta noin 80 %.

315. **YIT Oyj** on antanut vastauksensa YIT Kiinteistötekniikka Oy:n näkökulmasta ja ottanut jossain määrin huomioon myös YIT Rakennuksen infra-rakentamisen ja YIT Teollisuuden palveluiden näkökulman. Näiden osalta yhtiö on muun muassa kertonut Uponorin olevan johtavassa asemassa vesikiertoisten lattialämmitysjärjestelmien ja käyttövesijärjestelmien osalta yhtiön käyttämien tukkuliikkeiden tuoteohjelmissa sekä Uponorin osuuden olevan merkittävä infra-palveluiden kannalta keskikokoisissa paineputkissa ja niiden yhteissä. Lisäksi Uponorilla on kerrottu olevan vahva asema kiinteistötekniikan toimittajana pienissä viettoviemärijärjestelmissä sekä pienissä kiinteistöviemärijärjestelmissä, jossa yhdistyminen vaarantaisi yhtiön mukaan kilpailun. Yhtiön mukaan yritysjärjestely tulisi hankaloittamaan kilpailutilanteen säilymistä kuntamarkkinoilla sekä hintakilpailua kiinteistöteknisistä tuotteista etenkin viemäri ja kaivo sekä kauko- ja aluelämpöelementtien markkinoilla. Yhtiö myös kertoo, että valtakunnallisena toimijana sillä ei ole mahdollista hajauttaa ostojaan useille pienille toimijoille ja kiinteistötekniset tuotteet tulevat näin olle pääsääntöisesti LVI-tukkukaupan kautta. Kun markkinoilta yritysjärjestelyn myötä poistuisi isohko valmistaja, niin tukkukaupan mahdollisuus kilpailuttaa toimittajia pieneen, mikä saattaa johtaa jopa suurempiin kuin 5–10 % hinnankorotuksiin. Yhtiön mukaan hinnankorotukset nostaisivat Suomen jo muutenkin kallista rakentamista sekä osaltaan myös asumiskustannuksia, ja yritysjärjestely vahvistaisi jo ennestään oligopolistista markkinaa.

6.6. Markkinat, joilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti – alamarkkinakohtainen tarkastelu

316. Markkinakohtainen tarkastelu perustuu yrityskaupan osapuolten virastolle yrityskauppailmoituksessa ja myöhemmissä selvityksissä toimittamiin tietoihin. Eräiltä osin esimerkiksi markkinoiden kokonaisarvo ja kilpailijoiden myynnit näyttävät kuitenkin olevan yliarvioituja, mikä kasvattaa keskittymän markkinaosuuksia entisestään. Myös yrityskauppa-asiassa tehdyllä tarkastuksella kerätyn aineiston perusteella ilmoituksen tietojen paikkansapitävyyttä on näiltä osin syytä epäillä. Alla esitettyssä tarkastelussa kyseisiä tietojen ristiriitaisuuksia on pyritty tuomaan esiin.

6.6.1. Paineputket

6.6.1.1. Relevantit hyödykemarkkinat

6.6.1.1.1. Yrittäjäkaupan osapuolten näkemys

317. Paineputkia käytetään vesi- ja kaasuhuollossa sekä jäteveden johtamiseen.
318. Yrittäjäkaupan ilmoittajien mukaan paineputkistojen markkinat jakautuvat eri tuotemarkkinoiksi putkistojen koon mukaan. Tietyn läpimitan omaavat

paineputket (esimerkiksi 20–63 millimetriä) on tarkoitettu toiseen käyttökohteeseen kuin muut (esimerkiksi yli 630 millimetrin läpimittaiset) paineputket. Näin ollen ne eivät ole toisiaan korvaavia eivätkä kuulu samoille relevanteille tuotemarkkinoille ja omina hyödykemarkkinoinaan tulisi osapuolten mukaan tarkastella pieniä paineputkia (20–63 mm), keskikokoisia paineputkia (63–560 mm) ja suuria paineputkia (630 mm ja suuremmat).

319. Lisäksi yrityskaupan ilmoittajien mukaan paineputket ja niiden yhteet kuuluvat erillisille tuotemarkkinoille, koska eri valmistajien paineputkistojen yhteet ovat pääasiassa yhteensopivia muiden valmistajien paineputkien kanssa ja ne voidaan ostaa erikseen.
320. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kunnallisteknisessä rakentamisessa valurauta on paineputkistoissa hyväksytty materiaali, ja valurautatuotteet kilpailevat muovituotteiden kanssa erityisesti suurissa kokoluokissa. Suuremmassa paineputkissa tuotemarkkinat muodostavat siten valurautaputket ja muoviputket, jotka ovat kilpailevia materiaaleja. Valuraudan osuus koko paineputkistojen markkinoista on osapuolten arvion mukaan noin [15 – 20] %, keskikokoisten paineputkien markkinoista noin [10 – 15] % ja suurten paineputkien markkinoista noin [30 – 35] %. Pienet paineputket valmistetaan pääasiassa muovista eivätkä vaihtoehtoiset materiaalit, esimerkiksi valurauta, kilpaile muovin kanssa näillä markkinoilla. Osapuolten mukaan valurautayhteitä voidaan käyttää myös muoviputkien liittämiseen, ja valuraudan osuus paineputkiyhteiden markkinoista on osapuolten arvion mukaan noin [45 – 50] %.
321. Yrityskaupan ilmoittajien mainitsemien esimerkkien mukaan ainakin Helsingin, Tampereen, Turun, Oulun, Kuopion ja Lahden eri yksiköt käyttävät valurautapaineputkia ja Helsinki myös teräspaineputkia muovipaineputkien ohella. Osapuolten vuodelta 2011 antaman arvion mukaan paineputkien hyödykemarkkinoilla valuraudan osuus on ollut julkisissa hankinnoissa [1 – 5] % keskikokoisissa paineputkissa, [30 – 35] % suurissa paineputkissa ja [40 – 45] % yhteissä.

6.6.1.1.2. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Pöyryltä saama selvitys

322. Kilpailu- ja kuluttajaviraston konsulttiyhtiö Pöyryltä saamassa selvityksessä viitataan Suomen rakennusinsinöörien liiton sekä maa- ja metsätalousministeriön julkaisemiin selvityksiin, joiden mukaan arviolta 90 % maahan asennettavista ja lähes kaikki vesistöihin asennettavat putket ovat muovia. Muoviputket ovat vallanneet alaa muilta materiaaleilta helpomman asennettavuuden, korroosionkestävyyden ja kilpailukykyisen hinnan vuoksi. Vuonna 2006 esimerkiksi vesijohdoista 89 % oli muovia, 8 % valurautaa ja 3 % terästä, asbestisementtiä tai muita materiaaleja, kun vuonna 1970 muovin osuus oli noin 45 %.

323. Selvityksen mukaan paineputkissa muovi on hallitseva varsinkin pienissä putkikokoluokissa (alle 200 mm). Teknisten ominaisuuksien vuoksi SG-valurauta on useimmissa tapauksissa täysin korvaava materiaali myös pienissä putkissa, mutta sen käyttö rajoittuu vain muutamiin vesihuoltolaitoksiin. Teräsputkien korrosio taas vähentää niiden käyttöikä ja tämän vuoksi niitä käytetään vain erityiskohteissa. Muoville (PEH ja PVC) korvaavat materiaalit ovat SG-valurauta ja teräs yleensä kokoluokassa 400 mm ja sitä suuremmissa putkissa. Suuret valurautaputket ovat hitaampia asentaa, koska ne ovat painavia.
324. Selvityksen mukaan suuret muoviputket (halkaisijaltaan yli 400 mm) ovat merkittävästi kalliimpia kuin vastaavat valurautaputket. Selvityksen mukaan näyttäisi siis siltä, että jonkinasteisesta materiaalien välisestä kilpailuasetelmasta huolimatta muoviputket eivät pysty kilpailemaan hinnoilla suurissa putkikokoluokissa. Ero muoviputkien ja esimerkiksi valurautaputkien välille suurissa putkikokoluokissa muodostunee enimmäkseen muovin seinämävahvuuden suurenemisesta ja sen aiheuttamasta lisääntyneestä materiaalikustannuksesta (ja sen riippuvuudesta öljyn hinnasta).
325. Pöyryn tekemien haastattelujen perusteella jotkut kaupungit kuten Tampere käyttävät SG-putkea jo kokoluokassa 150 mm ja suuremmissa. Perusteluna tälle on, että SG-valurauta on erittäin kestävä mekaanista rasitusta vastaan ja kestää hyvin myös asennusvirheiden aiheuttamaa kuormitusta. Myös Helsingissä kaikki vesijohdot rakennetaan pääasiassa SG-valuraudasta. SG-valuraudan lisäksi Helsingissä käytetään terästä suurissa kokoluokissa. Tämä perustuu siihen, että vilkkaasti liikennöidyt kadut ja raitiovaunuliikenne aiheuttavat suurta kuormitusta ja putkimateriaalin kestävyys näissä olosuhteissa on tärkeää. Joka tapauksessa vesijohdoissa muovia käytetään yleisesti, kun putkikoko on pienempi kuin 300 mm. Näin toimitaan esimerkiksi Oulussa sekä Espoossa ja Vantaalla. Toisaalta esimerkiksi Hämeenlinna, Seinäjoki ja Lahti käyttävät nykyään vesijohtojen materiaalina vain muovia. Tämä on vallitseva käytäntö pienemmillä vesihuoltolaitoksilla.
326. Paineputkien yhteiden materiaali määräytyy pääsääntöisesti aina putkimateriaalin mukaan eli käytettäessä esim. muoviputkea, myös yhteet ovat muovia. SG- tai teräsyhteitä käytetään lisäksi erikoistapauksissa muoviputkien liittämiseen.
327. Johtopäätöksenä Pöyryn raportin perusteella voidaan viraston arvion mukaan pitää sitä, että useimmissa tilanteissa valurauta ja muovi eivät ole ominaisuuksiensa ja käyttötarkoituksensa puolesta paineputkissa riittävästi toisiaan korvaavia. Keskusteluissa alan toimijoiden kanssa on esimerkiksi ilmennyt, että osapuolten viittaamassa Turun seudun siirtolinjahankkeessa muovi ei alun perinkään ollut vaihtoehto valuraudalle. Joissakin tapauksissa eri materiaaleista valmistetut putket saattavat kaikkien rakennuskohteesta johtuvien vaatimusten jälkeenkin olla vaihtoehtoisia toisilleen. Tällöin kyseeseen tulee eri materiaaleista valmistettujen tuotteiden välinen

hintavertailu. Pöyryn tuottamat hintavertailut kuitenkin osoittavat, että hintaerot muovin ja muista materiaaleista valmistettujen tuotteiden välillä ovat niin merkittävät, ettei näitä kilpailuoikeudellisesti voida pitää toistensa vaihtoehtoina ja siten samoille relevanteille tuotemarkkinoille kuuluvina. Tilanteessa, jossa kaksi eri putkimateriaalia soveltuu teknisesti kohteeseen, asiakas luonnollisesti valitsee näistä vaihtoehdoista edullisemman materiaalin.

328. Sekä Pöyryn raportti että viraston muut selvitykset viittaavat siihen, että monet kunnat ja vesilaitokset ovat vahvasti sitoutuneet tiettyyn paineputkimateriaaliin. Pääsääntöisesti pienet vesilaitokset käyttävät muovia, suuremmat taas usein valurautaa. Pienet muutokset valitusta materiaalista valmistettujen putkien hinnoissa eivät ole vielä omiaan johtamaan laajamittaisiin materiaalivaihdoksiin.

6.6.1.1.3. Kilpailu- ja kuluttajaviraston vastaanottamat lausunnot

329. Viraston vastaanottamissa lausunnoissa on myös esitetty, että putkimarkkinoita ei tulisi osapuolten esittämin tavoin jakaa läpimitan perusteella erillisiksi hyödykemarkkinoiksi, sillä eri läpimitan omaavia putkia tarvitaan kokonaisen paineputkijärjestelmän rakentamiseksi ja niitä tilataan myös kokonaisuuksina. Esimerkiksi Wavin-Labko Ltd on todennut lausunnossaan, ettei se jakaisi käyttötarkoituksen mukaisesti määriteltyjä markkinoita läpimitan mukaisesti, vaan määrittäisi markkinat laajemmiksi kokonaisuuksiksi. Edellä mainitusta syystä ja johtuen myös tuotteiden yhteensopivuudelle yleisesti myönnettävistä hyväksynnöistä ja takuukysymyksistä, Wavin-Labko Ltd ei välttämättä erottelisi myöskään putkia ja niiden yhteitä omiksi hyödykemarkkinoikseen. Myös Saint-Gobain Pipe Systems Oy on tuonut lausunnossaan esille, että vaikka paineputkiryhteyksien erottaminen omaksi markkinaksi on mahdollista materiaaliratkaisun sisällä, pääsääntöisesti ristikkäinen tuotteiden vaihto ei tule kyseeseen erilaisten standardien ja mitoitusohjeiden johdosta. Samoin muun muassa Rautakesko Oy ja LVI-Dahl Oy ovat katsoneet lausunnoissaan, että putket ja yhteydet kuuluisivat samoille markkinoille.
330. Suuremmat asiakkaat tilaavat usein putkijärjestelmiä yhdestä paikasta, mikä yksinkertaistaa vastuukysymyksiä.
331. Niin ikään viraston vastaanottamissa lausunnoissa on tuotu esiin, että pienet paineputket ovat pääsääntöisesti muovia ja valurautaa korvaava materiaali vasta suuremmissa kokoluokissa. Esimerkiksi Meltex Oy on virastossa järjestetyssä tapaamisessa todennut, että valurauta on kilpailukykyinen 800–900 mm paineputkissa, mutta ei pienemmissä. Vastaavasti LVI-Dahl Oy on virastossa järjestetyssä tapaamisessa katsonut, että valurauta alkaa olla kilpaileva materiaali yli 500 mm paineputkissa, ja Kuopion Vesi todennut niin ikään lausunnossaan, että heidän hankinnoissaan pienten putkien materiaali on aina muovia ja valurautaa voidaan käyttää kokoluokan 200–600 mm vesijohdoissa. Sen sijaan Gasum

Oy on lausunnossaan katsonut, että muovimateriaalin pitkäikäisyydestä ja rakentamisen aikaisen käsittelyn helppoudesta johtuen paineputkien osalta muoviputkelle ei ole lainkaan korvaavaa materiaalia. Kuntaliitto ja Suomen vesilaitosyhdistys ovat taas arvioineet lausunnoissaan muovituotteiden osuuden vesihuoltolaitosten verkostorakenteista koko maan osalta olevan noin 60–70 % ja osuuden odotetaan entisestään kasvavan lähitulevaisuuden saneeraustarpeiden myötä. Kuntaliiton näkemyksen mukaan valurauta ei luo nyt eikä tulevaisuudessa todellista kilpailua muoville.

332. Toisaalta asiaan on ottanut kantaa myös valurautatuotteita valmistava Saint-Gobain Pipe System Oy, joka on lausunnossaan tuonut esiin, että vaikka markkinoilla on syntynyt mielikuva muovituotemarkkinoista, eivät markkinat ole täysin muilta materiaaleilta suljetut. Yhtiö on näin ollen pitänyt mahdollisena, joskin lyhyellä aikavälillä epätodennäköisenä, että siirtymää muovituotteista valurautatuotteisiin voisi tapahtua takaisinkin päin. Myöskään Saint-Gobain Pipe System Oy ei ole tosin pitänyt 5–10 % hinnankorotuksia muovituotteissa välttämättä riittävänä vallitsevan tilanteen muuttamiseksi, sillä materiaaliratkaisut tehdään usein teknisten vaatimusten ja eroavaisuuksien pohjalta. Vastaavasti esimerkiksi LVI-Dahl Oy on tuonut virastossa järjestetyssä tapaamisessa esille, että yhtiön lausunnossaan esille tuomassa Turun Seudun Vesi Oy:n suurhankkeessa muovi ei ollut edes vaihtoehto valuraudalle.

6.6.1.2. Relevantit maantieteelliset markkinat

6.6.1.2.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

333. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan pienet paineputket kuljetetaan pääasiassa suurissa kiepeissä. [...] Osapuolten mukaan paineputkistojen hintataso on Suomessa samalla tasolla kuin esim. Ruotsissa. Osapuolten mukaan on kuitenkin todennäköistä, että ulkomainen tuonti lisääntyisi, mikäli Suomen hintatasoon tulisi 5–10 %:n korotus. Viitaten myös virastolle toimittamiinsa selvityksiin, osapuolten mukaan on näin ollen perusteltua olettaa, että pienten paineputkistojen markkinat ovat kansallisia markkinoita laajemmat. Maantieteellisten markkinoiden katsotaan kattavan ainakin Suomen, Ruotsin ja Tanskan.
334. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan muovisia keskikokoisia paineputkia ei tällä hetkellä tuoda paljon Suomeen, koska se ei ole kannattavaa vallitsevan hintatason takia. [...] Osapuolten mukaan on kuitenkin todennäköistä, että ulkomainen tuonti lisääntyisi, mikäli Suomen hintatasoon tulisi 5–10 %:n korotus. Viitaten myös virastolle toimittamiinsa selvityksiin, osapuolten mukaan on näin ollen perusteltua olettaa, että keskikokoisten paineputkistojen markkinat voisivat olla kansallisia markkinoita laajemmat. Maantieteellisten markkinoiden katsotaan kattavan ainakin Suomen, Ruotsin ja Tanskan.

335. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan myöskään suuria muovisia paineputkia ei tuoda tällä hetkellä Suomeen, koska se ei ole kannattavaa vallitsevan hintatason takia. Osapuolten yrityskauppailmoituksessa antamat tiedot kattavat tältä osin näin ollen vain Suomen markkinat.
336. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kaikki valurautaiset tuotteet tuodaan ulkomailta. Pienempien ulkomaisten toimijoiden valmistamia valurautatuotteita myydään esimerkiksi paljon tukun kautta.

6.6.1.2.2. Kilpailu- ja kuluttajaviraston vastaanottamat lausunnot

337. Viraston vastaanottamista lausunnoista käy niin ikään ilmi, että paineputkien tosiasialliset tuonti- ja vientivirrat ovat vähäisiä kaikissa paineputkien kokoluokissa. Keskeisimpänä tuontia rajoittavana tekijänä on mainittu kuljetuskustannukset, mutta asiaan vaikuttavat mahdollisesti myös muut paikalliset tekijät. Etenkin Wavin-Labko Oy on tuonut lausunnossaan kuljetuskustannuksien merkityksen vahvasti esille ja todennut muun ohella, että suurimman osan osapuolten kilpailijoista esimerkiksi paineputkimarkkinoilla täytyy tuoda tuotteensa Ruotsista, mikä rajoittaa niiden kilpailukykyä johtuen suhteellisen korkeista kuljetuskustannuksista ja suhteellisen alhaisista markkinahinnoista. Yhtiön mukaan kuljetuskustannukset lähimaista Suomeen ovat noin [...] % tuotantokustannuksista, mikä useissa putkituotteissa vastaa myyntikatetta. Yhtiö on täydentänyt lausuntoaan virastossa järjestetyssä tapaamisessa ja todennut lisäksi, että kuljetuskustannusten ohella ulkomailta tuovan yrityksen on hankalampi luoda strateginen suhde tukkuliikkeisiin, jotka ovat kiinnostuneita koko tuoteryhmästä, toisin sanoen kaikenkokoisista paineputkista, eivätkä vain pienistä paineputkista. Samoin Saint-Gobain Pipe Systems Oy on tuonut lausunnossaan esiin, että maahantuojat joutuvat huomioimaan ylimääräiset, joskus korkeatkin, kuljetuskustannukset ja sitä kautta hakemaan ratkaisuja ja tuotealueita, joissa hinta ei ole merkittävin valintakriteeri, ja arvioinut yleisesti, että suuremmalla valmistusvolyymilläkään ei voi täysin kompensoida kuljetuskustannuseroa. Putkien kuljetuskustannusten yhtiö arvioi olevan helposti [...] % tuotteen kustannuksista.
338. Tukkuliikkeistä taas esimerkiksi LVI-Dahl Oy on lausunnossaan todennut, että halpojen ja/tai paljon tilaa vievien tuotteiden osalta markkinat ovat rahtikustannusten johdosta paikallisia, mitä ilmentää myös yhtiön infra-puolen muovituotteiden ostot, joista vuonna 2011 ainoastaan marginaalinen osa ostettiin ulkomailta. Samoin Rautakesko Oy on lausunnossaan todennut, että kuljetuskustannukset vaikuttavat ainakin suurissa tuotteissa markkina-alueen kokoon siten, että ne estävät tavaran tuomisen kauempaa, minkä ohella esteenä on myös tuotteiden erilainen laatu, jonka takia tuotteet eivät käytännössä toimi Suomessa.
339. Asiakaspuolta edustavissa lausunnoissa esimerkiksi Infra ry on lausunnossaan niin ikään todennut, että viime vuosina infra-alan trendinä

on ollut se, että tilaajat tilaavat kokonaistoimituksen, jolloin urakoitsijat ostavat myös työssä tarvittavat materiaalit. Yhdistyksen mukaan näin pienten urakoiden materiaalitoimitukset ulkomailta ovat taloudellisesti mahdottomia, mikä osaltaan lisää myyjäosapuolen neuvotteluvoimaa. Samoin Gasum Oy on todennut vastauksessaan, että pienten paineputkitoimitusmäärien osalta ulkomaiset toimittajat eivät ole kilpailukykyinen vaihtoehto muun muassa jo logistiikkakustannukset huomioon ottaen, vaan markkinat rajoittuvat Suomeen. Tämän toteaa lausunnossaan myös Kuntaliitto, joka katsoo, että Suomen volyymit ovat liian pienet ja Suomen sijainti entisestään vähentää ulkomaalaisten putkiyritysten kiinnostusta Suomea kohtaan. Esimerkiksi Kuopion Veden hankkeisiin ei tällä hetkellä tule muovituotteita Suomen rajojen ulkopuolelta. Skanska Infra Oy ei myöskään jaa osapuolten näkemystä siitä, että relevantit maantieteelliset markkinat olisivat Suomea laajemmat ainakaan infrarakentamisen osalta. Yhtiön mukaan muoviputkien kuljettaminen on tilaa vievää ja tämän vuoksi korkeat rahtikustannukset ovat estäneet muoviputkien maahantuonnin. Yhtiö tuo lisäksi esiin, että useiden muovituotteiden hinnoista raaka-ainekustannus on jopa 60 %, jolloin rahat jopa Suomen sisällä voivat olla merkittäviä tekijöitä toimittajan valinnassa. Paineputkien yhteiden tuontia yhtiön mukaan selittää taas se, että yhteillä tarkoitetaan tässä tapauksessa sähköhitsausmuhveja, jotka ovat selvästi korkeamman teknologian tuotteita verrattuna muoviputkiin ja joiden kohdalla rahti ei näin ollen aiheuta putkien kaltaisia ongelmia, sillä tuotteet ovat huomattavasti kalliimpia kokoonsa nähden kuin esimerkiksi muoviputket. Usein rakennusliikkeillä ei kuitenkaan ole riittävää volyymiä myöskään näiden tuotteiden maahantuontiin.

6.6.1.3. Yhteenveto relevanteista markkinoista

340. Edellä esitetyn perusteella virasto ei ole pitänyt poissuljettuna, että myös paineputkien ja niiden yhteiden relevanteja hyödykemarkkinoita voisi ainakin joltain osin tarkastella laajempina tuoteryhmänä siltä osin kuin paineputkijärjestelmiä tilataan kokonaisuuksina. Osapuolten ilmoittaman markkinajaottelun mukaisesti voidaan kuitenkin todeta, että paineputkien yhteiden materiaali määräytyy pääsääntöisesti aina putkimateriaalin mukaan. Pienet paineputket ovat taas pääsääntöisesti muovia ja myös selvästi halvempi materiaali verrattuna valurautaan. Suuremmissa kokoluokissa muoviputket taas ovat merkittävästi kalliimpia kuin valurautaputket edellä kuvatun Pöyryn selvityksen mukaisesti. Viraston arvion mukaan näin merkittävällä hintaerolla asiakkaat päätyvät muovituotteisiin valuraudan sijasta ainoastaan siksi, että kyseiselle asiakkaalle valurautatuotteet eivät ole todellinen vaihtoehto ylipäänsä. Viraston saamien selvitysten perusteella vaikuttaa myös siltä, että paineputkia ei juurikaan tuoda Suomeen missään kokoluokassa. Näin ollen virasto on arvioinut yrityskaupan kilpailuvaikutuksia paineputkien markkinoilla pääasiassa muovituotteiden osalta Suomen markkinoilla.

6.6.1.4. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

6.6.1.4.1. Pienet paineputket (20–63 mm)

341. Alla esitetyt kokonaismarkkina-arvot ovat yrityskaupan ilmoittajien arvioita kokonaismarkkinoista. Kaikki tiedot koskevat vuotta 2011. Kilpailu- ja kuluttajavirasto pitää paineputkien maantieteellisiä markkinoita Suomen laajuisina, minkä vuoksi alla olevat markkinatiedot on esitetty vain Suomen osalta, eikä laajemmilta maantieteellisiltä markkinoilta.

342. Pienten paineputkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta:

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[20 – 25] %
Meltex	[10 – 15] %

343. Pienten paineputkien Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[40 – 50] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[25 – 30] %

344. Pienten paineputkien Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[10 – 20] %
--------	----------------

KWH	[10 – 20] %
Meltex	[40 – 45] %
Pipelife	[15 – 20] %

345. Pienten paineputkien Suomen julkisten hankintojen markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [0,5 – 1]miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[30 – 40] %
TT-Plast	[20 – 25] %
Pipelife	[20 – 25] %

346. Edellä esitetyn mukaisesti yrityskaupan ilmoittajien pääkilpailijoita Suomen markkinoilla ovat Pipelife ja Meltex, minkä ohella markkinoilla toimii osapuolten mukaan myös muita pienempiä toimijoita ja markkinoille on tullut ja tulossa uusia toimijoita. Osapuolten mukaan markkinoilla on siten paljon kilpailua ja alalle tulon esteet ovat matalat. Lisäksi osapuolet ovat huomauttaneet, että Suomen markkinat ovat kokonaisuutena pienet, erityisesti julkisten hankintojen markkinat ovat olemattomat. Osapuolet pitävät siten epätodennäköisenä, että yhteisyritys vaikuttaa markkinoiden kilpailutilanteeseen haitallisesti.
347. Kilpailu- ja kuluttajavirasto toteaa, että valtaosa pienten paineputkien jakelusta tapahtuu tukku- ja vähittäisportaan kautta, jossa kaupan osapuolilla on huomattava markkina-asema. Ottaen huomioon aiempiana todetut pienten toimijoiden vaikeudet päästä tukkujen valikoimaan, virasto katsoo, että yrityskauppa aiheuttaa kilpailuongelmia pienten paineputkien markkinoilla.

6.6.1.4.2. Keskikokoiset paineputket (63–560 mm)

348. Alla esitetyt kokonaismarkkina-arvot ovat yrityskaupan ilmoittajien arvioita kokonaismarkkinoista. Kaikki tiedot koskevat vuotta 2011.
349. Keskikokoisten paineputkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [20 – 30] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[20 – 30] %
KWH	[30 – 40] %
Pipelife	[25 – 30] %
Meltex	[15 – 20] %

350. Virastolla ei ole markkinaosuuslukuja jakelukanavittain pelkän muovin osalta. Seuraavien taulukoiden markkinaosuudet perustuvat siten kokonaismarkkinaan, joka sisältää muovin ohella myös valurautatuotteet (valuraudan osuus ilmoittajien mukaan n. [10 – 15] %). Koska viraston arvion mukaan valurautaputkia ei tule lukea samalle relevantille hyödykemarkkinalle muovisten tuotteiden kanssa, osapuolten ja muiden muoviputkivalmistajien markkinaosuudet ovat todellisuudessa hieman alla esitettyä suuremmat.
351. Keskikokoisten paineputkien Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa muovin ja valuraudan osalta.

Uponor	[0 – 5] %
KWH	[0 – 5] %
Pipelife	[70 – 75] %

352. Keskikokoisten paineputkien Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [10 – 15] miljoonaa euroa muovin ja valuraudan osalta.

Uponor	[20 – 30] %
KWH	[30 – 40] %
Meltex	[20 – 25] %

353. Keskikokoisten paineputkien Suomen julkisten hankintojen markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa muovin ja valuraudan osalta.

Uponor	[20 – 30] %
KWH	[50 – 60] %
Pipelife	[10 – 15] %

354. Keskittymän pääkilpailijoita Suomen markkinoilla ovat Pipelife ja Meltex, minkä ohella markkinoilla toimii osapuolten mukaan myös muita pienempiä, etenkin valurautatuotteiden toimittajia, ja markkinoille on tullut ja tulossa uusia toimijoita. Lisäksi osapuolet ovat huomauttaneet, että heidän myyntinsä keskikokoisten paineputkien tukkukaupassa ovat lähes olemattomat. Osapuolet pitävät siten epätodennäköisenä, että yhteisyritys vaikuttaa markkinoiden kilpailutilanteeseen haitallisesti.
355. Keskikokoisten paineputkien markkinoilla valtaosa myynneistä tapahtuu yksityisen projektimyynnin ja julkisten hankintojen kautta, joissa osapuolilla on huomattava markkina-asema. Meltex on osapuolia selvästi pienempi toimija näillä markkinoilla ja Pipelife hyvin rajallisesti läsnä suoramyynnissä. Virasto arvioi siten, että järjestely aiheuttaa kilpailuongelmia myös keskikokoisten paineputkien markkinoilla.

6.6.1.4.3. Suuret paineputket (630 mm ja suuremmat)

356. Alla esitetyt kokonaismarkkina-arvot ovat yrityskaupan ilmoittajien arvioita kokonaismarkkinoista. Kaikki tiedot koskevat vuotta 2011.
357. Suurten paineputkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[60 – 70] %
KWH	[10 – 20] %
Pipelife	[15 – 20] %
Meltex	[5 -10] %

358. Virastolla ei ole markkinaosuuslukuja jakelukanavittain pelkän muovin osalta. Seuraavien taulukoiden markkinaosuudet perustuvat siten kokonaismarkkinaan, joka sisältää muovin ohella myös valurautatuotteet (valuraudan osuus ilmoittajien mukaan n. [30 – 35] %). Koska viraston arvion mukaan valurautaputkia ei tule lukea samalle relevantille hyödykemarkkinalle muovisten tuotteiden kanssa, osapuolten ja muiden muoviputkivalmistajien markkinaosuudet ovat todellisuudessa selvästi alla esitettyä suuremmat.

359. Suurten paineputkien Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa muovin ja valuraudan osalta.

Uponor	[40 – 50] %
KWH	[0 – 10] %
Saint-Gobain	[20 – 25] %
Lining	[10 – 15] %

360. Suurten paineputkien Suomen julkisten hankintojen markkinoiden arvo vuonna 2011 oli noin [0,5 – 1] miljoonaa euroa muovin ja valuraudan osalta.

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[10 – 20] %

Pipelife	[20 – 25] %
Saint-Gobain	[15 – 20] %

361. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tärkeimmiltä kilpailijoilta vastaanottamien myyntitietojen perusteella Pipelife ja Meltex eivät myy lainkaan suuria paineputkia Suomessa. Yrityskaupan osapuolet ovat siten virheellisesti ilmoittaneet nämä kilpailijoikseen suurten paineputkien markkinoilla. Näin ollen edellä esitetyt jo sinänsä huomattavat osapuolten markkinaosuudet ovat todellisuudessa vielä suuremmat. Lisäksi virasto katsoo aiemmin esitetyllä tavalla, että valurautaputkia ei tule lukea samoille kilpailuoikeudellisesti relevanteille hyödykemarkkinoille muoviputkien kanssa. Kun taulukoissa esitetyt valurautatoimijoiden (Saint Gobain, Lining) osuudet luetaan pois markkinoilta, keskittymälle muodostuu käytännössä monopoliasema muovista valmistettujen suurten paineputkien markkinoilla. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että keskittymä saavuttaa suurten muovisten paineputkien markkinoilla ylivoimaisen markkina-aseman, minkä myötä kilpailu estyy olennaisesti Suomessa.

6.6.1.5. Kilpailu- ja kuluttajaviraston saamat lausunnot

362. Viraston vastaanottamissa lausunnoista katsotaan yhdenmukaisesti, että yritysjärjestelyn seurauksena markkinoille syntyy vahva toimija, joka on monessa putkituotteessa johtavassa asemassa. Lausunnoissa tuodaan kuitenkin myös yleisesti esiin, että vaihtoehtoisia toimittajia jää markkinoille, mutta ainakin osassa vastauksista kilpailevien toimittajien katsotaan olevan selvästi pienempiä toimijoita, joiden olisi vaikea kilpailla yhteisyrityksen kanssa etenkin suurissa hankkeissa, tai ulkomaisia valmistajia, joiden on vastaavasti vaikea kilpailla pienemmissä hankkeissa suhteellisen korkeiden kuljetuskustannusten takia.

363. Esimerkiksi Pipelife Finland Oy on todennut vastauksessaan, että yleisesti ottaen markkinoilla on riittävästi toimijoita vapaan ja toimivan kilpailun varmistamiseksi. Kuitenkin esimerkiksi isoissa muoviputkissa (yli 630 mm) näin ei yhtiön mukaan ehkä ole. Meltex Oy on taas todennut virastossa järjestetyssä tapaamisessa, että julkisten hankintojen osalta isoilla toimijoilla on vahvat siteet kuntiin, joten näille markkinoille pääsy on ollut myös Meltexille hankalaa. Julkiset toimijat vaativat yhtiön mukaan myös toimittajalta varastoa kunnan lähellä. Wavin-Labko Ltd on omassa vastauksessaan arvioinut, että yhteisyrityksellä tulisi olemaan 50–60 % markkinaosuus vesi- ja kaasupaineputkijärjestelmissä, ja edellä mainitun mukaisesti todennut, että suurimman osan kilpailijoista ko. markkinoilla täytyy tuoda tuotteensa Ruotsista, mikä rajoittaa niiden kilpailukykyä johtuen suhteellisen korkeista kuljetuskustannuksista. Ulkomaisten kilpailijoiden

korkeammista kustannuksista johtuen myös hinnankorotuksiin voitaisiin vastata vain rajatussa määrin. Yleisesti ottaen yritysjärjestely saattaa yhtiön mukaan luoda yhteisyriykselle monopolin kaltaisen aseman niillä markkinoilla, joilla osapuolten yhteinen markkinaosuus ylittää 50 %, ja joilla suurimmalla osalla kilpailijoista ei ole omaa tuotantokapasiteettia Suomessa. Yhtiö on virastossa järjestetyssä tapaamisessa lisäksi todennut, ettei se näe kovinkaan montaa vaihtoehtoista toimittajaa tukkumarkkinoilla kaupan jälkeen. Pipelife mainittiin käytännössä ainoana realistisena vaihtoehtona. Wavinin mukaan valmistajalla on myös oltava tarjolla tietyn tuoteryhmän koko edustus, esimerkiksi kaiken kokoiset paineputket, koska tukkuihin ei pääse myymällä vain yhdenkokoista putkea. Myös Saint-Gobain Pipe Systems Oy on vastauksessaan arvioinut, että markkinoille jää suhteellisesti pienempiä kilpailijoita, joilla ei ole yhtä laajaa valikoimaa kuin osapuolilla. Samoin muun muassa Suomen Käyttömuovi Oy on todennut, että Suomessa on tällä hetkellä kolme suurta toimijaa (Uponor, KWH ja Pipelife), joista jokainen on vahvimmillaan omien tehtaidensa lähimarkkinoilla.

364. Asiakaspuolen edustajista esimerkiksi Infra ry on lausunnossaan niin ikään todennut, että Uponor Oyj:n ja KWH-Yhtymä Oy:n lisäksi kolmas suuri Suomen markkinoilla infra-alan urakoitsijoille tuotteita tarjoava yritys on Pipelife Finland Oy. Yhdistyksen mukaan kolmen suuren lisäksi Suomessa toimii ko. toimialalla joitain selvästi pienempiä yrityksiä. Toteutuessaan yrityskauppa synnyttäisi yhdistyksen mukaan näin ollen tilanteen, jossa Suomessa toimisi ainoastaan kaksi merkittävää toimijaa. Samoin Destia Oy on infra-rakentamista koskevassa vastauksessaan muistuttanut, että yhteisyritys olisi selvä markkinajohtaja Suomessa ja sen markkinavoima tämän mukainen, eikä näe, että uusien yritysten markkinoille tulon uhka rajoittaisi markkinoilla toimivien yritysten markkinavoimaa juurikaan. Niin ikään YIT Kiinteistötekniikka Oy on vastauksessaan tuonut esiin, että esimerkiksi keskikokoisissa paineputkissa ja niiden yhteissä Uponorin osuus on yhtiön kannalta merkittävä, ja että järjestely tulisi hankaloittamaan kilpailutilanteen säilymistä etenkin kuntamarkkinassa. Skanska Infra Oy on vastaavasti huolissaan nimenomaan paineputkien osalta yhteisyriyksen korkeasta markkinaosuudesta, joka on 50–60% kokonaisuudesta ja erityisesti tukkukaupassa 70–80 %. Yhtiön mukaan todellista kilpailua käydään paineputkissa isojen valmistajien kesken, joita olisi yrityskaupan myötä monissa tuotteissa yhteisyriyksen lisäksi vain Meltex ja Pipelife. Myös Gasum on todennut vastauksessaan, että yritysjärjestelyn myötä vaihtoehtoisten toimittajien määrä vähenee selkeästi muovisissa putkissa ja ulkomaisia toimittajia voidaan kartoittaa sikäli kuin mahdollista. Gasum-konsernin kilpailuttamis- ja ostoprosessien kokemusten perusteella kaupan osapuolet ovat kuitenkin hyvin useasti antaneet edullisimmat tarjoukset. Näin ollen yhtiö katsoo, että yhteisyriyksen perustaminen voisi tarkoittaa kahden edullisia ja kilpailukykyisiä tarjouksia tehneen toimijan yhteenliittymistä nimenomaan paineputkistojen osalta. Kuntaliitto on puolestaan esittänyt lausunnossaan, että osa kunnista ja kuntien vesihuoltolaitoksista on kilpailuttanut tukkuliikkeitä putkihankintoihin, koska

niiden katsotaan saaneen aikaan kilpailua putkienvalmistajien kesken. Aitoa kilpailua on syntynyt Kuntaliiton tekemien haastattelujen perusteella kuitenkin juuri Uponorin ja KWH:n välille, ja liiton näkemyksen mukaan kuntien käyttämien paineputkien markkinoita ei yrityskaupan jälkeen näin ollen enää olisi, mikä vaikeuttaisi kuntien kilpailuttamista. Liiton arvion mukaan yrityskaupan jälkeen markkinaosuus julkisten hankkijoiden markkinoilla olisi kyseisten tuotteiden osalta n. 80 %. Samansuuntaisia näkemyksiä on esitetty myös Suomen Vesilaitosyhdistyksen ja Kuopion Veden lausunnoissa. Myös Talvivaaran Kaivososakeyhtiö on tuonut esille, että suuria paineputkia valmistavat Suomessa vain Uponor ja KWH: ”Eli iso- ja (800mm ylöspäin) paineputkia valmistaa Suomessa vain Uponor ja KWH. Mikäli ne yhdistyvät, loppuu kilpailu kokoluokassa ja tulee saneluhinnat.”

6.6.1.6. Yhteenveto markkinoiden kilpailutilanteesta

365. Kuten yllä esitetyistä markkinaosuusluvuista ja markkinaosapuolten lausunnoista on havaittavissa, osapuolten markkina-asema Suomessa muodostuisi yritysjärjestelyn seurauksena erittäin vahvaksi kaikissa paineputkiluokissa (pienissä paineputkissa osapuolten markkinaosuus yhteensä melkein [60 – 70] %, keskikokoisissa paineputkissa [50 – 60] % ja suurissa paineputkissa käytännössä [90 – 100] % pelkän muovin osalta). Merkittävimpien kilpailijoiden ja pienempien toimijoiden markkinaosuuksien voidaan todeta jäävän vastaavasti suhteellisesti varsin pieniksi (muovituotteissa merkittävänä kilpailijana lähinnä Pipelife erityisesti keskikokoisten paineputkien tukkujakelussa sekä Meltex pienten paineputkien yksityisessä projektimyynnissä), eivätkä ne yrityskaupan ilmoittajan näkemyksen vastaisesti aiheuta markkinoilla riittävää kilpailupainetta yrityskaupan myötä syntyvälle keskittymälle.
366. Edellä alalle tuloa koskevassa osiossa lähemmin selostetulla tavalla alalle tuloa paineputkien markkinoille ei myöskään voi pitää todennäköisenä. Vaikka esimerkiksi pienten paineputkien valmistamisen voisikin aloittaa, tällainen pienimuotoinen alalle tulo ei rajoita yrityskaupan osapuolten markkinakäyttäytymistä riittävästi, koska yrityskaupan osapuolten asema on huomattava etenkin pienten paineputkien kannalta merkityksellisellä tukku- ja vähittäiskaupan markkinalla. Tukkujen jakeluun pienten toimijoiden taas on vaikea varteenotettavassa roolissa päästä. Suurempien paineputkien valmistaminen vaatii taas merkittävämpiä investointeja, joiden houkuttelevuutta rajoittaa yrityskaupan osapuolten merkittävä markkina-asema suurten paineputkien kannalta merkityksellisillä yksityisen projektimyynnin ja julkisten hankintojen markkinoilla.
367. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan myös tuonti luo kilpailupainetta ja markkinat ovat kansallista laajemmat. Virasto on edellä mainitun mukaisesti saanut selvityksiä myös markkinatoimijoiden tuonnista ja niiden edellytyksistä, ja selvitysten mukaisesti paineputkia ei juurikaan tuoda Suomeen. Pienet paineputket ovat selvitysten mukaan hinnaltaan edullisia ja suuremmat vastaavasti paljon tilaa vieviä, ja siksi niitä ei ole kannattavaa

kuljettaa pitkiä matkoja. Näin ollen virasto katsoo, ettei tuontikaan rajoita riittävästi keskittymän markkinavoimaa. Virasto viittaa myös esityksen tuontia koskevaan kappaleeseen ja maantieteellisiä markkinoita koskevaan liitteeseen ja pitää tuonnin merkitystä kilpailupaineen synnyttämiseksi riittämättömänä.

6.6.2. Hulevesijärjestelmät (sade- ja sulamisvedet)

6.6.2.1. Relevantit hyödykemarkkinat

6.6.2.1.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

368. Hulevesi on maan pinnalta, rakennuksen katolta tai muilta vastaavilta pinnoilta pois johdettavaa sade- ja sulamisvettä. Hulevesiin luetaan myös perustusten kuivatusvedet. Hulevesiputkistoihin kuuluvat rumpuputket ja muhviriset sadevesiputket. Hulevesijärjestelmiä käytetään laajasti erilaisessa rakentamisessa, kuten tienrakentamisessa, maa- ja metsätaloudessa, kunnallisteknisessä rakentamisessa, toimitilarakentamisessa aina asuinrakentamiseen saakka.
369. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan erikokoisia hulevesijärjestelmiä käytetään eri tarkoituksiin ja tästä syystä ne kuuluvat erillisille tuotemarkkinoille. Ilmoittajien mukaan harvat hulevesijärjestelmiä valmistavat yritykset tekevät kaikkia kokoja, mikä myös viittaa erillisiin tuotemarkkinoihin. Hulevesiputket sekä näitä vastaavat yhteet kuuluvat ilmoittajien mukaan samoille tuotemarkkinoille, koska ne myydään pääasiassa järjestelmänä. Ilmoittajien mukaan eri valmistajien yhteet eivät lähtökohtaisesti ole yhteensopivia toisten valmistajien putkien kanssa. Muovisia yhteitä voidaan käyttää betoni- ja teräsputkistoissa.
370. Ilmoittajien mukaan pieniä hulevesiputkia (110-400 mm) valmistetaan pääasiassa ainoastaan muovista, kun taas muovisten keskikokoisten hulevesiputkien (450-1000 mm) ja suurten hulevesiputkien (1000 mm ja suuremmat) kanssa kilpailevat betoniputket sekä teräsputket. Betoni- ja teräsputkien valmistajat osallistuvat samoihin tarjouskilpailuihin ja urakoihin muoviputkien valmistajien kanssa. Betonin osuus keskikokoisten hulevesiputkien markkinoista on ilmoittajien arvion mukaan noin [30 – 35] % ja teräksen noin [5 – 10] %. Suurten hulevesiputkien markkinoilla betonin osuus on ilmoittajien arvion mukaan noin [50 – 55] % ja teräksen noin [35 – 40] %. Betoni- ja teräsputkia ei pääasiassa myydä tukku- ja vähittäiskaupan kautta. Betonisia hulevesijärjestelmiä Suomessa myy Rudus ja teräksisiä rumpuputkia Rumtec⁸¹.
371. Suuria hulevesiputkia (1000 mm ja suuremmat) käytetään ilmoittajien mukaan vähemmän kuin pienempiä putkikokoja. Suuria hulevesiputkia

⁸¹ [...].

valmistavat harvemmat toimijat kuin muita putkikokoja. Uponorkin myy vain rajallisen määrän suuria hulevesiputkia. Näin ollen suuret hulevesiputkistot ja niiden yhteet muodostavat ilmoittajan mukaan omat tuotemerkkinsä. Näin suuria putkia ei pääasiassa myydä tukku- ja vähittäiskaupan kautta lainkaan.

6.6.2.1.2. Viraston Pöyryltä saama selvitys

372. Viraston konsulttiyhtiö Pöyryltä saamassa selvityksessä viitataan Suomen Kuntatekniikan Yhdistyksen Katu 2002 -julkaisuun ja todetaan, että sadevesiviemäreiden ja -kaivojen materiaalina käytetään yleensä muovia (PEH ja PVC), betonia tai terästä. Normaalisti hulevesiviemäreissä pienin käytettävä runkoputkiko on 300 mm kun taas yhdysputket ritiläkaivoista ja kiinteistöiltä ovat yleensä joko 225 mm:n betoniputkia tai 200 mm:n muoviputkia. Rumpuina käytetään betoni-, muovi- ja teräsputkea. Teräsputket valmistetaan sinkitystä teräksestä tai vaihtoehtoisesti käytetään epoksi- ja muovipinnoitteita sekä polymeerejä. Rumpumateriaalin valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat mm. perustamisolosuhteet, rummun peitesyvyys, käyttöolosuhteet, korroosio-olosuhteet ja hankinta-, asennus- sekä kunnossapitokustannukset.
373. Pöyryn selvityksen mukaan pienissä kokoluokissa (halkaisija alle 250 mm) muovi on hallitseva materiaali. Betoniputkia harvoin valmistetaan alle 225 mm -kokoluokassa. Betoniputkien asentaminen on haastavampaa kuin muoviputkien. Jos pohjaveden pinta on korkealla, on muovi parempi vaihtoehto kuin betoni, koska siinä on vähemmän saumoja. Lisäksi muovikaivoon on helpompi tehdä jälkiasennuksia. Toisaalta isot tilaajat käyttävät vielä paljon betonia. Betoniputkien ja -rumpujen huolto on helpompaa koska niiden jäätyessä talvella, niitä voidaan sulattaa kuumalla höyryllä toisin kuin muoviputkia ja -rumpuja. Betoniset hulevesiputket kestävät myös hiekan aiheuttamaa kulumista paremmin kuin muoviputket. Nykyään myös lujitemuoviputki kilpailee isoissa putkissa (yli 800 mm) muovin ja betonin kanssa.
374. Tällä hetkellä vaikuttaa Pöyryn mukaan siltä, että betonin asema muovia vastaan on heikentymässä. Teiden alituksissa liittymärummuissa muovi on eniten käytetty materiaali. Junaradan alitusten rumpumateriaalina käytetään vain betonia ja terästä. Ainoastaan, jos junaradan alituksessa käytetään kahta sisäkkäistä putkea, ja jos asennus tehdään tunkkaamalla, voi alle 800 mm kokoluokassa sisempi putki olla muovia. Jos uuden putken asennus tehdään auki kaivaen, käytetään yleensä terästä tai betonia.
375. Betoni on hulevesijärjestelmissä kuljetettuna ja asennettuna kaikissa kokoluokissa selvästi edullisempi kuin muovi. Muoviputkien hinta asennettuna on noin kaksinkertainen 600 mm -kokoluokassa verrattuna betoniin. Vaikka betoniputkien maanrakennuskustannukset ovat noin 15 % korkeammat kuin muilla materiaaleilla johtuen betonin paksuista seinämistä, betoniputki on asennuksen jälkeenkin muoviputkea edullisempi.

376. Pöyryn haastattelemista kaupungeista Helsingissä ja Lahdessa käytetään muovia hulevesiviemäreissä kun putkikoko on noin 300 mm tai pienempi. Suuremmissa putkissa materiaalina on betoni. Oulussa ja Hämeenlinnassa muovia käytetään kokoluokkiin 500 mm ja 600 mm asti. Tampereella vain kokoluokan 160 mm tai pienemmät putket ovat muovia ja tätä isommat ovat betonia. Seinäjoella käytetään putkimateriaalina vain muovia.

6.6.2.2. Relevantit maantieteelliset markkinat

6.6.2.2.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

377. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan sekä pienten hulevesiputkien (110-400 mm) että keskikokoisten hulevesiputkien (450-1000 mm) maantieteelliset markkinat ovat kansallisia markkinoita laajemmat, Suomen, Ruotsin ja Baltian laajuiset. Suurten hulevesiputkien (1000 mm ja suuremmat) maantieteelliset markkinat ovat ilmoittajien mukaan kansalliset.

6.6.2.3. Yhteenveto relevanteista markkinoista

378. Relevanttien hyödykemarkkinoiden osalta virasto viittaa aiempaan vaihtoehtoisia materiaaleja käsittelevään kappaleeseen ja arvioi yrityskaupan kilpailuvaikutuksia hulevesijärjestelmissä pelkästään muovin osalta. Myös edellä esitetty Pöyryn hulevesijärjestelmiä koskeva selvitys eri materiaalien ominaisuuksien ja käyttötarkoituksen eroista sekä huomattavista hintaeroista tukee pelkkiin muovituotteisiin kohdentuvaa kilpailuvaikutusten arviointia.

379. Relevanttien maantieteellisten markkinoiden osalta virasto viittaa esityksen tuontia koskevaan kappaleeseen ja maantieteellisiä markkinoita koskevaan liitteeseen ja arvioi yrityskaupan kilpailuvaikutuksia kansallisesti.

6.6.2.4. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

6.6.2.4.1. Hulevesijärjestelmät 110-400 mm

380. Alla esitetyt kokonaismarkkina-arvot ovat yrityskaupan osapuolten arvioita kokonaismarkkinoista. Kaikki tiedot koskevat vuotta 2011.

381. Pienten hulevesijärjestelmien (110-400 mm) Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [20 – 30] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[40 – 50] %
KWH	[10 – 20] %

Pipelife	[15 – 20] %
Meltex	[15 – 20] %

382. Pienten hulevesijärjestelmien (110-400 mm) Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli noin [10 – 15] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[50 – 60] %
KWH	[10 – 20] %
Pipelife	[25 – 30] %

383. Pienten hulevesijärjestelmien (110-400 mm) Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[10 – 20] %
Meltex	[35 – 40] %

384. Pienten hulevesijärjestelmien (110-400 mm) Suomen julkisten hankintojen markkinoiden arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa pelkän muovin osalta.

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[20 – 30] %

Pipelife	[15 – 20] %
Meltex	[15 – 20] %

385. Taulukoissa mainittujen toimijoiden lisäksi pieniä hulevesijärjestelmiä myyvät pienemmätkin toimijat Suomessa. Yrityskaupan osapuolten yrityskauppailmoituksessa mainitsema FL-Pipe ei kuitenkaan toimi hulevesimarkkinoilla. Kuten suurimpien toimijoiden markkinaosuusluvuista on havaittavissa, pienempien toimijoiden markkinaosuudet jäävät varsin pieniksi ja virasto katsoo, etteivät ne yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen vastaisesti aiheuta markkinoilla riittävää kilpailunpainetta yrityskaupan myötä syntyvälle keskittymälle.
386. Yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen mukaan pienten toimijoiden määrä markkinoilla on osoitus alalle tulon helppoudesta. Viraston edellä alalle tuloa koskevassa osiossa esittämällä tavalla alalle tuloa ei kuitenkaan voida pitää houkuttelevana muun muassa, koska markkinoilla on suuria vakiintuneita toimijoita ja ylikapasiteettia. Vaikka pienten hulevesijärjestelmien valmistamisen voisi aloittaa, tällainen pienimuotoinen alalletulo ei rajoita yrityskaupan osapuolten markkinavoimaa riittävästi, koska yrityskaupan osapuolten asema pienissä hulevesijärjestelmissä muodostuu erittäin vahvaksi. Pienten toimijoiden tuotantokapasiteetti ei myöskään ole riittävän suuri takaamaan tarvittavan kilpailupaineen säilymistä markkinoilla. Viitaten aiempaan tuontia koskevaan kappaleeseen virasto katsoo, että tuonninkaan uhka ei ole riittävä rajoittamaan osapuolten markkinakäyttäytymistä.
387. Pipelife ja Meltex ovat yrityskaupan jälkeen selvästi keskittymää pienempiä toimijoita pienten hulevesijärjestelmien markkinoilla. Näiden yhtiöiden osalta voidaan myös viitata esityksen alussa esitettyihin yleisiin arvioihin kilpailijoiden kyvystä ja kannustimista vastata aggressiivisesti keskittymän toteuttamiin hinnankorotuksiin.

6.6.2.4.2. Hulevesijärjestelmät 450-1000 mm

388. Keskikokoisten hulevesijärjestelmien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli yrityskaupan ilmoittajien mukaan alle 9 miljoonaa euroa pelkän muovin osalta. Uponorin myynti keskikokoisissa hulevesijärjestelmissä on [1 – 5] miljoonaa euroa ja KWH:n [1 – 5] miljoonaa euroa. Uponor/KWH-keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus on siten noin [70 – 80] %. Muoviputkivalmistajista Meltex on osapuolten suurin kilpailija keskikokoisissa hulevesiputkissa, koska toisin kuin yrityskauppailmoituksessa esitetään, Pipelife on vain pieni toimija näillä markkinoilla. Meltexin myynti on yrityskaupan ilmoittajien arvion mukaan alle miljoona euroa.

389. Uponorin myynti keskikokoisissa hulevesijärjestelmissä jakaantuu seuraavasti: tukku- ja vähittäiskauppa [1 – 5] miljoonaa euroa, yksityinen projektimyynti [1 – 5] miljoonaa euroa ja julkiset hankinnat [0 – 0,5] miljoonaa euroa.
390. KWH:n myynti jakaantuu seuraavasti: tukku- ja vähittäiskauppa [0 – 0,5] miljoonaa euroa, yksityinen projektimyynti [0,5 – 1] miljoonaa euroa ja julkiset hankinnat [0,5 – 1] miljoonaa euroa.
391. Uponorin, KWH:n, Meltexin ja Pipelifen lisäksi keskikokoisia hulevesijärjestelmiä myyvät pienemmätkin toimijat Suomessa, kuten Roadpipe. Kuten suurimpien toimijoiden myyntiluvuista on nähtävissä, pienempien toimijoiden myynnit ja markkinaosuudet jäävät varsin pieniksi, eivätkä ne yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen vastaisesti aiheuta markkinoilla riittävää kilpailunpainetta yrityskaupan myötä syntyvälle keskittymälle.
392. Mitä tulee pienten toimijoiden tuomaan kilpailunpaineeseen ja väitettyyn alalle tulon helppouteen, virasto katsoo vastaavalla tavalla kuin pienten hulevesijärjestelmien osalta, ettei markkinoilla ole riittävää keskittymän markkinavoimaa rajoittavaa painetta. Alalle tulon uhka, pienet toimijat tai tuonti eivät ole riittävän merkittäviä estämään keskittymän aiheuttamia haitallisia kilpailuvaikutuksia myöskään keskikokoisten hulevesijärjestelmien markkinoilla.

6.6.2.4.3. Hulevesijärjestelmät 1000 mm ja suuremmat

393. Suurten hulevesijärjestelmien (1000 mm ja suuremmat) Suomen markkinoilla ei ole muita toimijoita kuin Uponor ja KWH. Yrityskauppailmoituksen tiedoista poiketen Pipelife ei toimi suurten hulevesiputkien markkinoilla, jolloin yrityskaupan jälkeen markkinoille ei jää Uponor/KWH-keskittymän lisäksi muita merkittäviä muovivalmistajia.
394. Uponor myy suuria hulevesijärjestelmiä yksityisessä projektimyynnissä [0 – 0,5] miljoonalla eurolla. KWH myy yksityisessä projektimyynnissä [0 – 0,5] miljoonalla eurolla ja julkisissa hankinnoissa [0 – 0,5] miljoonalla eurolla.

6.6.2.5. Johtopäätös

395. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion perusteella keskittymä kykenee toimimaan niin pienten, keskikokoisten kuin suurtenkin hulevesijärjestelmien markkinoilla yrityskaupan jälkeen muista markkinatoimijoista riippumattomasti ja tehokas kilpailu estyy olennaisesti Suomessa.

6.6.3. Viettoviemärijärjestelmät

6.6.3.1. Ilmoittajien antamat tiedot

396. Viettoviemärijärjestelmiä käytetään pääasiassa kunnallisteknisessä rakentamisessa jätevesien viemärointiin. Niissä jätevesi kulkee järjestelmässä gravitaatioon eli maan vetovoimaan perustuen. Viettoviemäriputket sijaitsevat kiinteistön rajojen ulkopuolella.
397. Erikokoiset viettoviemäriputket muodostavat ilmoittajien mukaan kukin omat tuotemerkkinsä. Pieniä viettoviemäriputkia myyvät pääosin eri toimijat kuin suurempia putkia, joita puolestaan valmistetaan useammista eri materiaaleista. Koska eri valmistajien viettoviemäriputket ovat pääasiassa yhteensopivia muiden valmistajien viettoviemäriputkien kanssa ja ne voidaan ostaa erikseen, kuuluvat putket ja yhteet ilmoittajien mukaan erillisille tuotemerkkinoille.
398. Kunnallisteknisessä rakentamisessa sekä muovi että betoni ovat hyväksyttäviä viemäriputkien materiaaleja. Erityisesti suurempia viettoviemäriputkia valmistetaan muovin ohella betonista. Betonin osuus viemäriputkien kokonaismarkkinoista on osapuolten arvion mukaan noin [15 – 20] %.
399. Jäljempänä olevissa taulukoissa on esitetty ilmoittajien näkemys toimijoiden markkinaosuuksista viettoviemärijärjestelmien relevanteilla hyödykemarkkinoilla.⁸² Markkinatiedot on esitetty ainoastaan muovituotteiden osalta, sillä viraston selvitysten mukaan järjestelyn kilpailuvaikutusten arvioimiseksi relevantit hyödykemarkkinat rajautuvat ainoastaan muovista valmistettuihin putkiin.

6.6.3.2. Viettoviemäriputket 160 mm

400. Relevantit maantieteelliset markkinat kattavat ilmoittajien mukaan vähintään Pohjoismaat. Näiden kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [20 – 30] miljoonaa euroa.

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[0 – 10] %

⁸² Yrityskauppailmoituksessa olleisiin tietoihin sisältyi myös betonista valmistettuja tuotteita sekä myynnit oli jaettu eri myyntikanaviin. Virasto pyysi joulukuussa 2012 ilmoittajilta tiedot ainoastaan Suomen muoviputkimarkkinoiden osalta, ja tässä osiossa annetut markkinatiedot perustuvat näihin ilmoittajilta saatuihin tietoihin.

Pipelife	[25 – 30] %
----------	----------------

401. Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa.

Uponor	[20 – 30] %
KWH	[30 – 40] %
Pipelife	[20 – 25] %
Wavin	[10 – 15] %

6.6.3.3. Viettoviemäriputket 200-400 mm

402. Ilmoittajien mukaan relevantit maantieteelliset markkinat kattavat vähintään Pohjoismaat. Näiden kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [20 – 30] miljoonaa euroa.

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[0 – 10] %
Pipelife	[25 – 30] %
Wavin	[15 – 20] %

403. Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa.

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[30 – 40]

	%
Pipelife	[25 – 30] %

6.6.3.4. Viettoviemäriputket 400 mm ja suuremmat

404. Ilmoittajien mukaan relevantit markkinat ovat kansalliset, koska niitä ei ole kannattavaa tuoda Suomeen tai viedä täältä ulkomaille. Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [0,5 – 1] miljoonaa euroa.

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[70 – 80] %
Pipelife	[10 – 15] %

6.6.3.5. Viraston selvitykset

6.6.3.5.1. Relevantit markkinat

405. Eräät viraston kuulemat tahot ovat olleet sitä mieltä, että viettoviemärijärjestelmiä hankitaan lähinnä kokonaisuuksina, eikä markkinoiden määrittely eri putkikokojen mukaan olisi siten soveltuva lähtökohta yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämiseksi.
406. Eri valmistajat valmistavat viettoviemäriputkia eri muovimateriaaleista (PE/PP/PVC), joka osaltaan saattaa vaikuttaa eri valmistajien putkien yhteensopivuuteen. Toimijat pyrkivät vahvasti myös itse profiloimaan esimerkiksi kotisivuillaan tuotteitaan järjestelminä erityisesti käytetyn materiaalin ja toisaalta brändin avulla.⁸³
407. Ilmoittajat ovat katsoneet, että 200 mm ja suurempien putkikokojen osalta betoniputket kilpailevat muoviputkien kanssa samoilla markkinoilla. Viraston

⁸³ Ks. esim. Uponorin Ultra-maaviemärijärjestelmästä yhtiön kotisivuilta: <http://www.uponor.fi/ratkaisut/yhdyskuntatekniikka/maaviemarit.aspx> ja KWH:n Weholite- ja Wehonal -järjestelmistä http://www.kwhpipe.fi/Suomeksi/Tuotteet_ja_kayttokohteet/Viettoviemarit_ja_rumpuputket/Maaviemarijarjestelmat.

selvitysten perusteella keskittymän kilpailuvaikutusten arvioinnin kannalta tulee kuitenkin tarkastella ainoastaan muoviputkien markkinoita. Betonin korvaavuutta selvitetään tarkemmin jäljempänä.

408. Ilmoittajien yrityskauppailmoituksessa suorittama jako eri myyntikanaviin vaikuttaa jossain määrin epätarkoituksenmukaiselta yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämiseksi, sillä käytännössä on hankala mm. tukkujen kauttalaskutuskäytännön vuoksi luotettavasti jakaa myyntejä eri myyntikanavien kesken. Näin ollen tässä yhteydessä on tarkasteltu kokonaismarkkinoita, ottaen kuitenkin huomioon erot kilpailuolosuhteissa eri myyntikanavissa.
409. Erityisesti pienten viettoviemäriputkien ja yhteiden osalta tukun rooli jakelukanavana on merkittävä, sillä ilmoittajien antamien tietojen mukaan yli puolet näiden tuotteiden myynnistä tapahtuu tukkujen ja vähittäiskaupan kautta. Keskisuuret putket myydään suurimmaksi osaksi suoraan yksityisiin ja julkisiin projekteihin ja suuret putket ainoastaan projekteihin.
410. Osapuolet ovat pienempien putkikokojen osalta (160 mm ja 200-400 mm) katsoneet, että relevantti maantieteellinen markkina-alue on vähintään Pohjoismaiden laajuinen. Viraston selvitysten mukaan kauppavirtoja etenkin keskikokoisten viettoviemärien osalta on, mutta muut selvityksissä esille tulleet seikat eivät tue osapuolten näkemystä kansallista laajemmista markkinoista. Maantieteellisestä markkinamäärittelystä riippumatta kaupan osapuolilla on Suomessa ylivoimainen kilpailuetu esimerkiksi Pipelifeen nähden johtuen tehtaiden sijaintiin liittyvistä kuljetuskustannuksista ja muista markkinatoimijoiden kilpailun läheisyyteen liittyvistä tekijöistä.

6.6.3.5.2. Markkinaosuudet

411. Viettoviemärimarkkinoiden osalta keskittymä saavuttaa Suomessa ilmoittajienkin antamien tietojen mukaan varsin korkeat markkinaosuudet kaikissa putkikokoluokissa. 160mm putkien osalta keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus on [50 – 60] % (Uponor [20 – 30] % ja KWH [30 – 40] %), keskikokoisten putkien osalta keskittymän markkinaosuus on [60 – 70] % (Uponor ja KWH kumpikin [30 – 40] %) ja suurten putkikokojen osalta keskittymän markkinaosuudeksi muodostuu [80 – 90] % (Uponor [10 – 20] % ja KWH [70 – 80] %).
412. Suurimman kilpailijan Pipelifen markkinaosuus kaikissa viettoviemäriputkikokoluokissa on huomattavasti keskittymää pienempi, vaihdellen pienempien putkikokojen osalta [25 – 30] %:sta suurten putkien noin [10 – 15] %:iin. Muiden toimijoiden (kuten Wavin) markkinaosuudet ovat vielä pienempiä.
413. Erityisesti suurten putkien osalta keskittymän markkina-asema on hyvin vahva, sillä näitä putkia ei kuljetuskustannusten suuruuden vuoksi tuoda ulkomailta.

414. Uponor on myös sisäisessä viestinnässään⁸⁴ [...].
415. Myös yhteiden osalta keskittymän markkinaosuus Suomessa on varsin korkea. Niiden tuominen Suomeen on kuitenkin ilmoittajien esittämällä tavalla mahdollista, jolloin yhteiden osalta relevantti maantieteellinen markkina-alue on todennäköisesti Suomea laajempi. Yhteet ovat kohtuullisen pieniä ja arvokkaita, jolloin kuljetuskustannukset eivät tee tuontia kannattamattomaksi.

6.6.3.5.3. Betonin korvaavuus

416. Ilmoittajien mukaan yli 200 mm:n viettoviemäriputkissa betoniputket ovat vaihtoehto muoviputkille ja ne kuuluvat ilmoittajien mukaan näin ollen samoille relevanteille hyödykemarkkinoille.
417. Viraston Pöyryltä tilaaman selvityksen mukaan vasta yli 400 mm:n viettoviemäriputkissa betoni alkaa kilpailla muovin kanssa. Tämä näkemys on linjassa myös Pöyry-konserniin kuuluvan Maa ja Vesi Oy:n Kilpailuvirastolle Lohja Rudus / A-Betoni -kaupan yhteydessä tekemän selvityksen kanssa, jonka mukaan betonituotteet ovat kilpailukykyisiä yli 400 mm putkituotteissa. Maa ja Vesi Oy:n lausunnossa todetaan edelleen, että muovin osuus on edelleen kasvamassa. Rudus valmistaa myös pienempiä viettoviemäriputkikokoja, mutta tämä myynti ei ole viraston arvion mukaan merkittävää Suomen kokonaismarkkina huomioiden.
418. Myöskään suurempien viettoviemäriputkien osalta betonin kuuluminen samoille markkinoille muovin kanssa ei ole viraston näkemyksen mukaan todennäköistä erityisesti materiaalien suuren hinnaneron vuoksi.⁸⁵ Muovi on suurissa putkidimensioissa jopa kaksi kertaa betonia kalliimpaa, jolloin ei voida pitää uskottavana, että asiakas päätyisi valitsemaan huomattavasti kalliimman muoviputken tilanteessa, jossa betoniputki olisi teknisesti yhtä soveltuva vaihtoehto käyttökohteeseen.
419. Muun muassa kunta-asiakassektoria edustava Kuntaliitto toteaa virastolle antamassaan lausunnossa, että betoni ei luo nyt eikä tulevaisuudessa todellista kilpailua muoville. Tämä lausunto on linjassa viraston asiassa saamien muiden selvitysten kanssa. Viraston markkinatoimijoilta saamien tietojen mukaan eräät kunnat eivät esimerkiksi lainkaan hyväksy betoniputkien käyttämistä jätevesiviemäriin.
420. Myös Uponorin [...].⁸⁶ [...] myös Suomen ympäristöhallinnon noin kymmenen vuotta sitten keräämien tilastojen kanssa, joiden mukaan

⁸⁴ Sähköposti [...]

⁸⁵ Ks. Pöyryn raportti 14.12.2012 kuva sivulla 15, hinnat kuljetettuna ja asennettuna.

⁸⁶ [...]

Suomen sade- ja jätevesiviemäreistä on muovia 86 % ja betonia 13 %.⁸⁷ Pöyryn 14.12.2012 päivätyn raportin mukaan muovin osuus maahan asennettavista infrastruktuuriputkista on arviolta 90 %.

421. Edellä esitetyistä syistä johtuen virasto arvioi, että yrityskaupan kannalta relevantit hyödykemarkkinat on perusteltua myös viettoviemäreissä rajata ainoastaan muovista valmistettuihin putkiin.

6.6.3.5.4. Tuonti

422. Tuonnin osuus vuonna 2011 pienten viettoviemäreiden (160 mm) osalta on viraston selvitysten mukaan 5-15 % ja keskikokoisten viettoviemärien osalta 30-38 %. Valtaosa tästä tuonnista on keskittymän ainoan merkittävän kilpailijan Pipelifen tuontia.
423. Pipelifen osalta vuoden 2011 keskisuurten viettoviemärien tuontilukuja on nostanut poikkeuksellisen korkeiksi myös Suomessa tapahtunut konerikko, jonka vuoksi Pipelife poikkeuksellisesti toi 200–250 mm putket Ruotsista. Vuonna 2009 tuonnin osuus keskisuurissa viettoviemäreissä oli markkinan nykykoosta laskettuna noin [...] % ja seuraavana vuonna noin [...] %.
424. Vaikka tuontia pienempien viettoviemärikokojen osalta onkin, paikallisilla toimijoilla on selkeä kilpailuetu erityisesti pienempien kustannusten (pienemmät kuljetuskustannukset) mutta myös vakiintuneiden asiakassuhteiden (erityisesti tukun ja julkisten toimijoiden osalta) vuoksi. Ulkomaiset toimijat eivät ole viraston tämän hetkisen käsityksen mukaan juurikaan olleet läsnä viettoviemärimarkkinoiden julkisissa hankinnoissa. Tuonnin varassa operoivat yritykset eivät näin ollen lähtökohtaisesti tuo vastaavaa kilpailunpainetta Suomen markkinoille kuin kotimaiset toimijat.
425. Viettoviemärien tuontia Suomeen harjoittaa viraston selvitysten mukaan Pipelifen lisäksi Wavin. Näillä Suomeen jo etabloituneilla toimijoilla ei viraston näkemyksen mukaan ole vastaavia kannustimia tuonnin lisäämiseen kuin sellaisilla toimijoilla, jotka eivät vielä toimi vakiintuneesti Suomen markkinoilla.⁸⁸ Näin ollen Pipelifen ja Wavinin harjoittamalla tuonnilla ei ole niin suurta merkitystä kilpailutilanteen kannalta kuin pelkästään tuontiprosentteja tarkastelemalla voisi päätellä.

6.6.3.6. Yhteenveto

426. Pienimpien, 160 mm putkien osalta järjestelyn myötä Suomen kaksi suurinta toimijaa yhdistyy saavuttaen yhteenlaskettuna [50 – 60] %:n markkinaosuuden Suomessa. Suomen markkinoille jää keskittymän lisäksi

⁸⁷ Viitattu Maa ja Veden lausunnossa s. 15.

⁸⁸ Ks. tarkemmin osio "Kauppavirta-analyysin tulkinnasta ja Haaparannan tehtaan merkityksestä" esityksen liitteenä 1 olevasta maantieteellisiä markkinoita koskevasta raportista.

muutama pienempi kilpailija (Pipelife, Wavin ja Meltex), joilla tällä hetkellä on tuontia Suomeen.

427. Keskikokoisten 200-400 mm putkien osalta keskittymä saavuttaa lähes [60 – 70] %:n markkinaosuuden. Keskittymän lisäksi Suomen markkinoilla toimivat mm. Pipelife, Wavin ja Meltex, jotka tuovat Suomeen myös keskikokoisia viettoviemäriputkia.
428. Suurten, yli 400 mm putkien osalta keskittymän saavuttama markkinaosuus nousee erittäin korkeaksi, [80 – 90] %:iin. Ainoa kilpailija tällä markkinalla on Pipelife. Tuonti ei tällä markkinalla ole ilmoittajienkaan mukaan vaihtoehto suurten kuljetuskustannusten vuoksi.
429. Yhteiden osalta virasto yhtyy ilmoittajan käsitykseen laajemmista maantieteellisistä markkinoista. Myös yrityskaupan osapuolet tuovat yhteitä Suomeen ulkomailta.
430. Keskittymän markkina-asema on edellä kerrotulla tavalla erityisen vahva suurissa viettoviemäriputkissa. Lisäksi keskittymä on viraston käsityksen mukaan Suomessa Pipelifen ohella ainoa toimija, joka pystyy toimittamaan koko viettoviemärijärjestelmän eri suuruisine putkineen ja mahdollisesti myös siihen liitännäisine kaivoineen.
431. Pääkilpailija Pipelifen markkinaosuudet ovat kautta linjan huomattavasti pienempiä kuin keskittymällä, korkeintaan noin [20 – 25] %:n luokkaa. Muut kilpailijat ovat selkeästi pienempiä. Keskittymän laaja tuotevalikoima yhdistettynä pitkään Suomessa toimineiden perinteisten yritysten vakiintuneisiin asiakassuhteisiin ja asiakkaiden ostotottumuksiin luo yrityskaupan osapuolille merkittävän kilpailuedun ja vaikeuttaa osaltaan uusien toimijoiden pääsyä markkinoille.
432. Viraston arvion perusteella keskittymä kykenee viettoviemärijärjestelmien markkinoilla toimimaan yrityskaupan jälkeen pitkälti riippumattomasti muista markkinatoimijoista. Tehokas kilpailu estyy näin ollen olennaisesti näillä markkinoilla Suomessa.

6.6.4. Salaojat (peltosalaojat ja tekninen kuivatus)

6.6.4.1. Johdanto

433. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan salaojajärjestelmissä voidaan katsoa olevan kaksi eri sovellutusta. Nämä ovat (i) peltosalaojajärjestelmät ja (ii) rakennusten kuivatuksen tarkoitetut salaojajärjestelmät.
434. Kumpaakin salaojajärjestelmää valmistetaan vain muovista. Näiden kahden salaojajärjestelmän käyttötarkoitus on erilainen ja ne valmistetaan materiaalista johtuen eri linjastolla. Salaojitukseen käytettäviä tuotteita

myydään pääasiassa järjestelminä ja näin ollen putkien ja yhteiden katsotaan kuuluvan samoihin tuotemarkkinoihin.

6.6.4.2. Peltosalaojaputket

6.6.4.2.1. Relevantit hyödyke- ja maantieteelliset markkinat

435. Peltosalaojaputket ovat taipuisia, aallotettuja putkia. Niiden pääasiallinen käyttöalue on peltojen ja viheralueiden salaojittaminen. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan peltosalaojajärjestelmien markkinat ovat kansalliset, koska niiden kuljetuskustannukset ovat korkeat, eikä niiden kuljettaminen rajojen yli ole kannattavaa. Lisäksi peltosalaojitus tuotteet ovat kansallisesti mitoitettuja.

6.6.4.2.2. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

436. Peltosalaojajärjestelmiä myydään tukku- ja vähittäisportaan sekä yksityisen projektimyynnin kautta.

437. Peltosalaojajärjestelmien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli ilmoittajien mukaan noin [5 – 10] miljoonaa euroa.

Vuosi	2009		2010		2011	
	Miljoonaa €	%	Miljoonaa €	%	Miljoonaa €	%
Uponor	[1 – 5]	[40 – 50]	[1 – 5]	[30 – 40]	[1 – 5]	[30 – 40]
KWH	[1 – 5]	[20 – 30]	[1 – 5]	[30 – 40]	[1 – 5]	[20 – 30]
Yhteenlaskettu	[1 – 5]	[60 – 70]	[1 – 5]	[60 – 70]	[1 – 5]	[60 – 70]

438. Ilmoittajien mukaan Meltexin markkinaosuus on noin [30 – 35] % ja Muovitehdas Abson noin [1 – 5] %.

439. Yrityskaupan ilmoittajat ovat yliarvioineet Meltexin markkinaosuutta. Viraston Meltexiltä saamien myyntilukujen perusteella Meltexin markkinaosuus peltosalaojien kokonaismarkkinoista on huomattavasti

alhaisempi kuin ilmoituksessa on esitetty. Uponorin sisäisessä asiakirjassa syksyiltä 2009 Uponorin markkinaosuudeksi on arvioitu [...] ⁸⁹.

440. Tukku- ja vähittäiskaupassa Uponor/KWH -keskittymä tulee olemaan ainoa toimittaja [90 – 100] %:n markkinaosuudella. Peltosalaojajärjestelmiä myydään tukku- ja vähittäiskaupassa ilmoittajien mukaan noin [1 – 5] miljoonalla eurolla.
441. Meltex, jolla on oma jakeluverkosto, on vahva kilpailija lähinnä yksityisen projektimyynnin markkinoilla. Yksityisen projektimyynnin arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa. Ilmoittajien mukaan Meltexin markkinaosuus vuonna 2011 oli [50 – 55] %, Uponorin [20 – 30] % ja KWH:n [10 – 20] %. Kuten edellä on todettu, Meltexin virastolle toimittamien myyntilukujen perusteella yhtiön markkinaosuus peltosalaojien kokonaismarkkinoista ei ole yhtä suuri kuin ilmoituksessa on esitetty. Sama johtopäätös koskee siten myös peltosalaojien projektimyynnin markkinoita.
442. Uponor toteaa sisäisessä materiaalissaan ⁹⁰ [...].
443. Uponor/KWH -yrityskauppaan liittyvässä sähköpostiviestittelyssä ⁹¹ [...].

6.6.4.2.3. Muiden markkinaosapuolten näkemys

444. Viraston kuulemat markkinatoimijat ovat yrityskaupan ilmoittajien kanssa yhtä mieltä siitä, että peltosalaojissa ei ole muoville vaihtoehtoisia materiaaleja. Markkinatoimijoiden mukaan peltosalaojaputket tehdään PVC:stä, joka on jauhemaista raaka-ainetta ja vaatii siilon varastointia varten sekä erilaiset koneet ja laitteet valmistuksessa kuin PE tai PP (polyeteeni tai polypropeeni). Peltosalaojaputki on korrugoitua (aallotettua) yksikerrosputkea.
445. Markkinatoimijoiden näkemykset kansallisista maantieteellisistä markkinoista vastaavat myös ilmoittajien näkemystä. Koska peltosalaojaputket ovat PVC:tä ja siten tuotteena halpaa, kuljetuskustannusten osuus myyntihinnasta nousee suureksi.
446. Vähittäismyöntiketjut (Bauhaus ja Rautakesko) ovat huolissaan yrityskaupan haitallisista kilpailuvaikutuksista ja vaihtoehtojen häviämisestä peltosalaojaputkien markkinoilla.

⁸⁹ [...]
⁹⁰ [...]
⁹¹ [...]

6.6.4.2.4. Alalle tulo

447. Markkinoilla on jo valmiiksi ylikapasiteettia eikä selvityksissä nähty markkinoiden houkuttelevan kokonaan uusia alalle tulijoita.
448. Muiden alalla jo toimivien yritysten siirtyminen valmistamaan kyseistä poimutettua putkea saattaa edellyttää uusien koneiden ja laitteiden hankkimista, sillä peltosalaojaputkia valmistetaan PVC:stä, joka on raaka-aineena jauhemaista ja vaatii erilaista käsittelyä kuin PE tai PP. [...].⁹² Lisäksi koska putki on poimutettua, sen valmistaminen vaatii tähän sopivan linjaston.

6.6.4.2.5. Johtopäätös

449. Peltosalaojaputkien tukku- ja vähittäiskaupassa Uponor/KWH -keskittymä on yksinään markkinoilla yrityskaupan jälkeen. Kokonaismarkkinoilla keskittymän todellinen markkinaosuus on [70 – 80] %. Projektimyynnissä keskittymän ainoa kilpailija on Meltex. Kuten Meltexistä on todettu aiempaan LVI-tukkuja koskevassa osiossa, yhtiö ei ole mukana tukkujen valikoimissa, eikä se ole vaihtoehtoinen toimittaja LVI-tukkujen näkökulmasta.
450. Sellaisilta maatalous- ja rautakauppaketoilta (Kesko, Bauhaus) sekä urakoitsijoilta, jotka ovat ostaneet peltosalaojajärjestelmiä suoraan valmistajilta, häviää yrityskaupan myötä vaihtoehdot kokonaan, koska Meltex myy salaojaputkia lähinnä omien liikkeittensä kautta.
451. Viraston arvion mukaan yrityskaupan myötä peltosalaojaputkien markkinoilla tehokas kilpailu estyy olennaisesti Suomessa.

6.6.4.3. Teknisen kuivatuksen putket

6.6.4.3.1. Relevantit hyödykemarkkinat

452. Rakennuksen kuivatukseseen liittyvät salaojajärjestelmät on tarkoitettu tekniseen salaojitukseen, kuten piha- ja tiealueiden, talojen perustusten, pelikenttien ja muiden rakennettujen alueiden kuivatukseseen. Tekniseen kuivautukseen liittyvät salaojajärjestelmät valmistetaan pääasiassa vain muovista.

6.6.4.3.2. Pöyryn selvitys, teknisen kuivatuksen salaojaputket

453. Salaojaputkitusta käytetään katualueilla sekä rakennusten ja sokkelin sivuilla kuljettamaan vedet pois rakennekerroksista. Salaojina käytettävien putkien on täytettävä liikennealueilla standardin SFS 5675 ja liikennealueilla

⁹² [...]

tai sen vieressä standardin SFS 5211 vaatimukset. Salaojaputkilla täytyy olla riittävä vedenotto- ja johtokyky sekä olosuhteiden vaatima mekaaninen ja kemiallinen kestävyys. Salaojaputken käyttöiän mitoitusperuste on usein 50 vuotta. Teknisen kuivatuksen salaojaputket ovat ympäröidytettyjä.

454. Matala-asennuksissa käytetään yksinkertaisia aaltoputkia ja suuremmissa asennussyvyyksissä kaksikerrospotkia, jotka ovat aaltoputkia sileällä sisäputkella. Teknisessä kuivatuksessa pienin sallittu salaojaputken sisähalkaisija on 80 mm. Sitä käytetään pientalojen yhteydessä. Yleensä kuitenkin käytetään sisähalkaisijaltaan 100 mm putkea ja tätä tulee käyttää kerrostalojen sekä teollisuus- ja varastorakennuksien yhteydessä.⁹³ Yleisin katualueella käytettävä salaojaputki on halkaisijaltaan 110 mm.⁹⁴
455. Teknisessä kuivatuksessa salaojaputkien materiaali on käytännössä aina muovi. Tiiliputkea ei enää käytetä.⁹⁵

6.6.4.3.3. Relevantit maantieteelliset markkinat

456. Teknisen kuivatuksen relevantit maantieteelliset markkinat ovat kansalliset. Kuljetuskustannukset ovat korkeat, vaikka ne ovat hieman matalammat kuin peltosalaojajärjestelmissä. Teknisen kuivatuksen putkia ei tuoda Suomeen.

6.6.4.3.4. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

457. Teknisen kuivatuksen salaojaputkien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli ilmoittajien mukaan noin [5 – 10] miljoonaa euroa.

Vuosi	2009		2010		2011	
	Miljoonaa €/ %	Miljoonaa €	Miljoonaa €	%	Miljoonaa €	%
Uponor	[1 – 5]	[30 – 40]	[1 – 5]	[30 – 40]	[1 – 5]	[30 – 40]
KWH	[1 – 5]	[10 – 20]	[1 – 5]	[10 – 20]	[1 – 5]	[10 – 20]
Yhteenlaskettu	[1 – 5]	[50 – 60]	[1 – 5]	[50 – 60]	[1 – 5]	[50 – 60]

⁹³ RIL 2005

⁹⁴ Suomen Kuntatekniikan Yhdistys 2003.

⁹⁵ Suomen Kuntatekniikan Yhdistys 2003.

458. Yrityskauppailmoituksessa virastolle esitetyistä tiedoista poiketen Meltex on myös teknisessä kuivatuksessa Uponor/KWH -keskittymän suurin kilpailija (kuten peltosalaojissakin). Meltexin markkinaosuus on kuitenkin huomattavasti alle [15 – 20] %. Pipelifen virastolle toimittamien myyntilukujen perusteella yhtiön markkinaosuus teknisen kuivatuksen kokonaismarkkinoista on huomattavasti alhaisempi kuin ilmoituksessa on esitetty.
459. Teknisen kuivatuksen salaojaputkia myyvät Suomessa myös Uponor/KWH -keskittymää huomattavasti pienemmät toimijat. Kuten suurimpien toimijoiden markkinaosuusluvuista on havaittavissa, pienempien toimijoiden markkinaosuudet jäävät varsin pieniksi, eivätkä ne yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen vastaisesti aiheuta markkinoilla riittävää kilpailunpainetta yrityskaupan myötä syntyvälle keskittymälle.
460. Yrityskauppailmoituksessa virastolle toimitettujen tietojen mukaan tukku- ja vähittäiskaupan arvo oli [1 – 5] miljoonaa euroa ja Uponor/KWH -keskittymän markkinaosuus oli [60 – 70] %. Yksityisen projektimyynnin arvo oli [1 – 5] miljoonaa euroa ja keskittymän markkinaosuus oli [30 – 40] %. Julkisten hankintojen arvo oli [0,5 – 1] euroa ja keskittymän markkinaosuus [60 – 70] %. Kuten edellä on todettu, Pipelifen markkinaosuus teknisen kuivatuksen kokonaismarkkinoista ei kuitenkaan ole niin suuri kuin virastolle on esitetty. Sama johtopäätös pätee eri jakelukanavienkin osalta. Näin ollen osapuolten osuudet eri jakelukanavissa ovat vielä edellä esitettyä suuremmat.

6.6.4.3.5. Johtopäätös

461. Yrityskaupan myötä Uponor, joka on markkinajohtaja teknisessä kuivatuksessa, vahvistuu entisestään. Uponor/KWH -keskittymä on kooltaan yli kaksinkertainen sen suurimpaan kilpailijaan Meltexiin verrattuna. Keskittymä kykenee viraston arvion mukaan toimimaan yrityskaupan jälkeen muista markkinatoimijoista riippumattomasti ja tehokas kilpailu estyy olennaisesti.

6.6.5. Kiinteistöviemäriputket

6.6.5.1. Relevantit hyödykemarkkinat

6.6.5.1.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

462. Kiinteistöviemäriputkia käytetään pääasiassa jäte- ja sadevesiviemäreinä rakennusten sisällä, pohjalaatassa ja sen alla sekä perusmuurin ulkopuolella maahan asennettuna tonttivilmäriä. Kiinteistöviemäriputket sijaitsevat pääasiassa kiinteistöillä, kun taas viemäriputket alkavat kiinteistön rajojen ulkopuolelta. Kiinteistöviemäriputkia ja valmistetaan muovin ohella yrityskaupan ilmoittajien mukaan myös valuraudasta. Valuraudan osuus kiinteistöviemäriä markkinoista on noin [10 – 15] %.

463. Koska eri valmistajien kiinteistöviemäröntiputket ovat pääasiassa yhteensopivia muiden valmistajien kiinteistöviemäriyhteiden kanssa ja ne voidaan ostaa erikseen, kuuluvat putket ja yhteet ilmoittajien mukaan erillisille tuotemerkkinoille. Tätä puoltaa myös se, että kiinteistöviemäriyhteiden markkinoilla on Suomessa kilpailijoita, jotka eivät valmista vastaavia putkia lainkaan, kuten esimerkiksi Wiitta Oy.

6.6.5.1.2. Viraston Pöyryltä saama selvitys

464. Kiinteistöviemäriputket rakennetaan siten, että niistä ei aiheudu hajuhaittoja, tulvia tai muita haittoja. Viemärijärjestelmän on toimittava suunnitellun elinkaarensa ajan terveellisesti ja turvallisesti sekä siten, että äänitaso, lämpötilataso ja virtaama ovat sopivia. Putkien on oltava sellaisia, että vältytään vuodoilta ja että niiden käyttö ja huolto on helppoa.
465. Pientaloissa muovi on hallitseva materiaali. Enimmäkseen tämä johtuu muoviputkien asentamisen helppoudesta. Suurempien kiinteistöjen viemäriputkissa käytetään pääasiallisena viemärimateriaalina valurautaa ja ruostumatonta terästä silloin, kun muovin käyttö ei ole perusteltua. Syynä tähän voivat olla esimerkiksi äänitekniset ja palotekniset syyt sekä muovin riittämätön lämpötilan ja kemikaalien kesto. Toisaalta myös PVC-putkea käytetään paljon teollisuuden putkissa.
466. Materiaalia voidaan esittää vaihdettavaksi, jos urakoitsija pystyy toteuttamaan muutoksen hinnoittelussaan. Eri valmistajien toimenpiteillä ei ole merkittävää vaikutusta, mutta sen sijaan tukkurien rooli voi olla merkittävä, koska jakelu urakointiin tapahtuu suurelta osin heidän kauttaan vuosisopimuksilla.

6.6.5.2. Relevantit maantieteelliset markkinat

6.6.5.2.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

467. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kiinteistöviemäriputkien maantieteelliset markkinat ovat kansallisia markkinoita laajemmat, kattaen ainakin Pohjoismaat, Baltian, Saksan ja Puolan. Nämä putket ovat kevyitä, eikä niiden kuljettaminen maasta toiseen ole kallista. Ilmoittajien mukaan esimerkiksi Rehaun Suomessa myynnissä olevat putket tuodaan Saksasta ja Wavinin puolestaan Tanskasta. Kaczmarek tuo kiinteistöviemäriputkia Suomeen Puolasta. Pipelife tuo kyseisiä tuotteita Ruotsista ja Virosta.

6.6.5.3. Yhteenveto relevanteista markkinoista

468. Edellä kuvatun Pöyryn selvityksen perusteella vaikuttaa siltä, että kiinteistöviemäriputkissa muovin ja valuraudan käyttö jakaantuu pitkälti kiinteistön koon mukaisesti. Pientaloissa käytetään pääasiassa muovia, kun taas suurempien kiinteistöjen viemäriputkissa käytetään pääasiallisena viemärimateriaalina valurautaa ja ruostumatonta terästä silloin, kun muovin

käyttö ei ole perusteltua. Koska kiinteistöviemärimarkkinat ovat näin jaoteltavissa, virasto katsoo, että on perusteltua tarkastella pelkästään muovituottajien välistä kilpailuasetelmaa ja jättää valurautatuottajat tarkastelun ulkopuolelle.

469. Viraston selvitysten perusteella kiinteistöviemäriputkia ei juurikaan tuoda Suomeen, vaan tuonnin osuus on kokonaismarkkinoista hyvin vähäinen. Näin ollen virasto on arvioinut yrityskaupan kilpailuvaikutuksia kiinteistöviemärimarkkinoilla muovituotteiden osalta Suomen markkinoilla. Tätä johtopäätöstä tukee myös esityksen vaihtoehtoisia materiaaleja, maantieteellisiä markkinoita ja tuontia koskevat kappaleet.

6.6.5.4. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

6.6.5.4.1. Kiinteistöviemäriputket 32-110 mm

470. Kiinteistöviemäriputkien (32-110 mm) Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [10 – 15] miljoonaa euroa⁹⁶ (pelkkä muovi).

Uponor	[20 – 30] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[20 – 25] %

471. Kiinteistöviemäriputkien (32-110 mm) Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa⁹⁷ (pelkkä muovi).

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[20 – 25] %

⁹⁶ Tämä on yrityskaupan ilmoittajien virastolle toimittama arvio. [...].

⁹⁷ Viraston tarkastusmateriaalin perusteella tekemä arvio.

472. Kiinteistöviemäriputkien (32-110 mm) Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo oli noin [1 – 5] miljoonaa euroa⁹⁸ (pelkkä muovi).

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[30 – 40] %
Pipelife	[25 – 30] %
Meltex	[15 – 20] %

473. Kiinteistöviemäriputkien (32-110 mm) Suomen julkisten hankintojen markkinoiden arvo oli noin [0,5 – 1] euroa⁹⁹ (pelkkä muovi).

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[50 – 55] %

474. Uponor/KWH-keskittymän lisäksi kiinteistöviemäriputkia myyvät pienemmätkin toimijat Suomessa. Kuten suurimpien toimijoiden markkinaosuusluvuista on havaittavissa, pienempien toimijoiden markkinaosuudet jäävät varsin pieniksi, eivätkä ne yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen vastaisesti aiheuta markkinoilla riittävää kilpailunpainetta yrityskaupan myötä syntyvälle keskittymälle.
475. YIT:n selvityspyyntövastauksen mukaan Uponorin asema markkinoilla on vahva, ja yhdistyminen KWH:n kanssa vaarantaa kilpailun toimivuuden. sillä kiinteistöviemärien osalta yhdistyminen vaikuttaa haitallisesti hintakilpailuun. YIT:n mukaan kiinteistötekniiset tuotteet myydään LVI-tukkukaupan kautta, ja kun markkinoilta poistuu isohko valmistaja, tukkukaupan mahdollisuus

⁹⁸ Viraston tarkastusmateriaalin perusteella tekemä arvio.

⁹⁹ Viraston tarkastusmateriaalin perusteella tekemä arvio.

kilpailuttaa toimittajia vähenee. Tämä saattaa johtaa YIT:n mukaan suuriin hinnankorotusprosentteihin juuri LVI-tukkujen kautta myytävissä tuotteissa.

476. Kaupan osapuolilla on huomattava asema erityisesti tukkujakelussa sekä yksityisessä projektimyynnissä (keskittymän markkinaosuudet [50 – 60] % ja [50 – 60] %), joiden kautta valtaosa kiinteistöviemäriputkista kulkee. Koska Uponor/KWH -keskittymän asema kiinteistöviemäriputkien markkinoilla on merkittävä, se kykenee viraston arvion mukaan toimimaan yrityskaupan jälkeen markkinoilla muista markkinatoimijoista riippumattomasti ja tehokas kilpailu estyy olennaisesti Suomessa.

6.6.6. Kaapelinsuojausjärjestelmät

6.6.6.1. Relevantit hyödykemarkkinat

6.6.6.1.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

477. Kaapelinsuojausputkia käytetään kaapelien suojaksi esimerkiksi liikenteen, maan paineen ja roudan aiheuttamaa kuormitusta vastaan. Putkia asennetaan sähkö-, tele-, kuitu- ja/tai alueen omia kaapeleita varten. Varsinaiset kaapelit asennetaan putkiin vasta putkien asennuksen jälkeen. Osa kaapelinsuojaputkista saatetaan asentaa ilman kaapeleita tulevaisuuden tarpeita varten.
478. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan telemarkkinoilla käytetään Suomen ulkopuolella kaapelinsuojauksessa puhallusputkea. Wavin tuo puhallusputkea Suomeen jonkin verran, mutta koska Uponor ja KWH eivät valmista puhallusputkea Suomessa, se on rajattu relevanttien hyödykemarkkinoiden ulkopuolelle.
479. Julkisiin hankintoihin myydään kaapelinsuojausjärjestelmiä satunnaisesti vain noin [0 – 0,5] euron arvosta vuosittain, joten markkinoita ei käytännössä ole lainkaan.

6.6.6.2. Relevantit maantieteelliset markkinat

6.6.6.2.1. Yrityskaupan osapuolten näkemys

480. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan kaapelinsuojausjärjestelmien maantieteelliset markkinat ovat kansallisia markkinoita laajemmat, vähintään Pohjoismaiden laajuiset.
481. Ilmoittajien mukaan kaapelinsuojausjärjestelmissä ei ole tällä hetkellä käytössä EN-standardia. Pohjoismaisesta standardista on ollut alalla keskustelua. Erityisesti telemarkkinoilla suurimmat ostajat niputtavat hankintojaan yhteen myös useamman eri jäsenvaltion osalta, vaikka yhteistä standardia ei olekaan. Tuotteet räätälöidään usein asiakkaan tarpeiden mukaan, jos niitä tilataan suuri määrä kerralla. Esimerkiksi

TeliaSonera on kilpailuttanut kaapelinsuojausjärjestelmiä yhdessä koko Pohjoismaiden osalta. Toinen tällainen yritys on TDC. Lisäksi kilpailijoista Pipelife tuo kaapelinsuojaustuotteensa Ruotsista.

6.6.6.2.2. Viraston vastaanottamat lausunnot

482. Kaapelinsuojausjärjestelmiä myydään perinteisten LVI-tukkuliikkeiden lisäksi sähkötukkuliikkeissä. Sähkötukkuliike Elektroskandian mukaan tähän mennessä valmistajat ovat olleet pääosin kotimaisia, koska tuotteiden hinnassa kuljetuskustannuksilla on merkittävä osa. Putket vaativat paljon tilaa ja kuljetuksissa kuljetetaan pääosin ilmaa. Elektroskandia ei ole hankkinut tuotteita ulkomailta, koska sitä ei ole todettu kannattavaksi.

6.6.6.3. Yhteenveto relevanteista markkinoista

483. Kaapelinsuojausjärjestelmät ovat muovisia. Viraston selvitysten perusteella vaikuttaa siltä, että kaapelinsuojausjärjestelmiä ei juurikaan tuoda Suomeen, vaan tuonnin osuus on kokonaismarkkinoista melko vähäinen. Näin ollen virasto on arvioinut yrityskaupan kilpailuvaikutuksia kaapelinsuojausjärjestelmissä muovituotteiden osalta Suomen markkinoilla. Tätä johtopäätöstä tukee myös esityksen vaihtoehtoisia materiaaleja, maantieteellisiä markkinoita ja tuontia koskevat kappaleet.

6.6.6.4. Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

484. Kaapelinsuojausjärjestelmien Suomen kokonaismarkkinoiden arvo oli noin [10 – 15] miljoonaa euroa (pelkkä muovi).

Uponor	[30 – 40] %
KWH	[20 – 30] %
Pipelife	[35 – 40] %

485. Kaapelinsuojausjärjestelmien Suomen tukku- ja vähittäiskaupan markkinoiden arvo oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa (pelkkä muovi).

Uponor	[10 – 20] %
KWH	[10 – 20] %

Pipelife	[65 – 70] %
----------	----------------

486. Kaapelinsuojausjärjestelmien Suomen yksityisen projektimyynnin markkinoiden arvo oli noin [5 – 10] miljoonaa euroa (pelkkä muovi).

Uponor	[50 – 60] %
KWH	[30 – 40] %

487. Yrityskaupan ilmoittajien mukaan on epätodennäköistä, että kaapelinsuojausjärjestelmien markkinoilla aiheutuu kilpailuongelmia, koska markkinoilla on vahvoja kilpailijoita, kuten Pipelife ja Meltex. Erityisesti Pipelife on ilmoittajien mukaan erittäin vahva kaapelinsuojauksen markkinoilla, etenkin tukku- ja vähittäiskaupassa. Yksityisen projektimyynnin puolella ostajat ovat ilmoittajien mukaan suuria, kuten tele- ja energiayhtiöt, ja näillä on merkittävää neuvotteluvoimaa. Lisäksi ilmoittajien mukaan kaapelinsuojauksen markkinoilla ulkomainen tuonti ja puhallusputkiteknologia luovat kilpailupainetta.
488. Kaapelinsuojausmarkkinoilla toimivan merkittävän asiakkaan, sähkötukkuliikke Elektroskandian näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista on täysin yrityskaupan ilmoittajien näkemyksen vastainen. Sähkötukkuliike Elektroskandian mukaan kaapelinsuojausjärjestelmissä on jo nykyisellään vähän kilpailua. Elektroskandia viittaa yrityskauppailmoituksessa esitettyyn Uponorin ja KWH:n korkeaan yhteenlaskettuun markkinaosuuteen ja toteaa, että myös Pipelifen markkinaosuus on suuri erityisesti tukkukaupassa. Elektroskandian mukaan kaapelinsuojausjärjestelmiin ei jää yrityskaupan jälkeen riittävästi vaihtoehtoja, ainoastaan Uponor/KWH-keskittymä ja Pipelife. Pienet toimijat eivät kykene vastaamaan markkinoiden volyyymiin.
489. Elektroskandian mukaan uusien toimijoiden markkinoille tulon estää nykyinen tiukka kilpailutilanne, korkeat aloituskustannukset sekä se, että kaikki uudet tuotteet on hyväksyttävä sähköverkkoyhtiöillä ennen kuin tuote voidaan ottaa käyttöön.
490. Elektroskandian lausunnon lisäksi viraston muutkin selvitykset osoittavat, että yrityskaupan osapuolten näkemyksen vastaisesti Meltex ei ole vahva kilpailija kaapelinsuojausmarkkinoilla. Viraston arvion mukaan yrityskaupalla on haitallisia kilpailuvaikutuksia kaapelinsuojausmarkkinoilla, koska merkittävien toimijoiden määrä vähenee kolmesta kahteen. Pipelife on

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

ainoa varteenotettava kilpailija keskittymälle erityisesti tukkukaupassa. Projektimyynnissä kilpailutilanne heikkenee yrityskaupan myötä vielä tukkukauppaa voimakkaammin, koska Pipelife ei ole siellä juurikaan läsnä. Kaapelinsuojauksen kokonaismarkkinoilla keskittymän yhteenlaskettu markkinaosuus on [50 – 60] % ja yksityisessä projektimyynnissä [80 – 90] %.

491. Näin ollen viraston arvion perusteella keskittymä kykenee toimimaan kaapelinsuojauksen markkinoilla yrityskaupan jälkeen muista markkinatoimijoista riippumattomasti, eikä asiakkaille ole näin vahvaa markkina-asemaa tasapainottavaa neuvotteluvoimaa. Suurillakaan asiakkailla ei ole neuvotteluvoimaa tilanteessa, jossa niillä ei ole käytännössä vaihtoehtoisia hankintalähteitä. Myöskään yrityskaupan osapuolten esille tuoma puhallusputkitekniikan aiheuttama kilpailupaine ei viraston arvion mukaan ole riittävää, koska puhallusputkitekniikan käyttö Suomessa on vähäistä. Viraston arvion mukaan tehokas kilpailu estyy olennaisesti kaapelinsuojausmarkkinoilla.

6.7. Johtopäätös

492. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että tehokas kilpailu estyy olennaisesti kilpailulain 25 §:n tarkoittamalla tavalla paine-, hulevesi-, viettoviemäri-, salaoja-, kiinteistöviemäri- ja kaapelinsuojausputkien markkinoilla Suomessa.

7. Sitoumukset

7.1. Johdanto

493. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on esittänyt yrityskaupan osapuolille näkemyksensä yrityskaupan aiheuttamista kilpailuongelmista.¹⁰⁰ Edellä kuvatun mukaisesti kilpailun estyminen markkinoilla johtuu kahden suurimman ja läheisimmän kilpailijan yhdistymisestä. Virasto katsoo edellä esitetyllä tavalla tehokkaan kilpailun estyvän olennaisesti paineputkien, hulevesiputkien, viettoviemäriputkien, salaojaputkien, kiinteistöviemäriputkien ja kaapelinsuojausputkien markkinoilla.
494. Jos kilpailulain 25 §:ssä tarkoitettu kilpailun olennainen estyminen voidaan välttää asettamalla yrityskaupan toteuttamiselle ehtoja, viraston tulee markkinaoikeusesityksen tekemisen sijasta neuvotella ja määrätä noudatettavaksi tällaiset ehdot. Yrityskauppa kielletään ainoastaan siinä tapauksessa, etteivät kaupan osapuolten esittämät muutokset tai viranomaisten asettamat ehdot riitä turvaamaan kilpailun ylläpitämistä Suomen markkinoilla. Ehtojen asettamisella on ensisijainen asema

¹⁰⁰ Uponor Oyj / KWH-Yhtymä Oy - yritysjärjestelyn kilpailuongelmien alustava arviointi 17.1.2013.

suhteessa yrityskaupan kieltämiseen. Virasto ei kuitenkaan voi määrätä ehtoja, joita yrityskaupan ilmoittajat eivät hyväksy.

495. Koska jäljempänä kappaleessa 7.3 selostetulla tavalla rakenteelliset sitoumukset ovat paras tapa poistaa Uponor/KWH-keskittymän aiheuttamat horisontaaliset kilpailuongelmat, yrityskaupan osapuolen asiamiehelle on puhelimitse 30.1.2013 (Taurula/Asiamies) esitetty, että paras ratkaisu olisi elinvoimaisen tuotantolaitoksen myynti yhdelle kilpailijalle. Virasto esitti lisäksi, että yksittäisten tuotantolinjojen sirottelu pienille toimijoille ei viraston näkemyksen mukaan riitä poistamaan havaittuja kilpailuongelmia. Yrityskauppavalvonnalle asetettujen käsittelymääräaikaisten vuoksi virasto on useaan otteeseen esittänyt yrityskaupan osapuolille, että ne muodostaisivat mahdollisimman kattavan sitoumuskokonaisuuden, koska useaan sitoumusten markkinatetauskierrokseen ei käsittelymääräaikaisten puitteissa ole aikaa.
496. Osapuolet toimittivat virastolle 8.2.2013 ehdotuksen sitoumuksiksi. Osapuolten esittämistä sitoumuksista pyydettiin lausuntoja markkinatoimijoilta. Osapuolet toimittivat virastolle täydennetyn sitoumusesityksen 19.2.2013.¹⁰¹ Tätä täydennettyä sitoumusesitystä käsitellään lopuksi.

7.2. Osapuolten Kilpailu- ja kuluttajavirastolle 8.2.2013 esittämät sitoumukset

7.2.1. Sopimusvalmistus

497. Osapuolet sitoutuvat siihen, että perustettava yhteisyritys varaa vuosittain alla olevassa taulukossa mainittujen standardien mukaisten infrastruktuuriputkien Suomessa sijaitsevasta tuotantokapasiteetista Suomessa toimivien, muovisten yhdyskuntateknisten putkijärjestelmätuotteiden valmistajien ("ostaja") käyttöön määrän, joka vastaa tuotteesta riippuen [...] tai [...] % yhteisyrittäjän edellisen vuoden kokonaisyrittäjän myyntimäärästä (kg), pyöristettynä ylöspäin lähimpään täyteen tuhanteen kiloon. Taulukossa on esitetty ehdon mukainen laskelma vuoden 2012 myyntien mukaan:

Tuotteet	Osapuolten yhteens- laskettu myynti Suo- messä kg 2012	Osapuolten yhteens- laskettu markkina- osuus myynnin arvos- ta Suomessa 2011	Sopimusvalmistus- kapasiteetti kilpailijoille kg / (% myynnistä 2012)	Sopimusvalmistus- kapasiteetin laskennallinen osuus markkinoista 2011 myynnin arvon mu- kaan
----------	--	---	--	---

¹⁰¹ Täydennetty esitys yrityskaupan sitoumuksiksi 19.2.2013.

Dnro 661/14.00.10/2012
 Julkinen versio
 25.2.2013

Tuotteet	Osapuolten yhteenlaskettu myynti Suomessa kg 2012	Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus myynnin arvosta Suomessa 2011	Sopimusvalmistuskapasiteetti kilpailijoille kg / (% myynnistä 2012)	Sopimusvalmistuskapasiteetin laskennallinen osuus markkinoista 2011 myynnin arvon mukaan
Pienet paineputket 20-63 mm	[...]	[...]	[...]	[...]
Keskikokoiset paineputket 63-560 mm	[...]	[...]	[...]	[...]
Suuret paineputket 630 < mm	[...]	[...]	[...]	[...]
Pienet hulevesiputket 110-440 mm	[...]	[...]	[...]	[...]
Keskikokoiset hulevesiputket 450-1000 mm	[...]	[...]	[...]	[...]
Peltosalaojitusputket	[...]	[...]	[...]	[...]

498. Sopimusvalmistusta varten laaditaan yhteistyössä kohdassa 2. tarkoitetun asiamiehen kanssa mallisopimus, joka toimitetaan KKV:n hyväksyttäväksi kahden (2) kuukauden kuluessa yrityskaupan täytäntöönpanosta. Sopimusvalmistuksessa noudatetaan seuraavia keskeisiä ehtoja:

- Sopimusvalmistuksessa tuotteiden hintojen määrittämisessä käytetään samoja [...] siirtohinnoitteluperiaatteita, joita noudatetaan myös [...].¹⁰² [...] siirtohinnoittelu perustuu OECD:n siirtohinnoitteluohjeisiin (OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations) ja IFRS-tilinpäätösstandardiin.

¹⁰² Siirtohinnoittelun määritelmä (lähde www.vero.fi): Siirtohinnoittelulla tarkoitetaan hinnoittelua samaan konserniin kuuluvien yhtiöiden välisissä liiketoimissa. Konsernin sisäisten liiketoimien on oltava markkinaehtoisia (arms length). Kauppa- ja rahoitussuhteissa on käytettävä samoja hinnoittelu- ja muita ehtoja kuin jos liiketoimet tehtäisiin vastaavissa olosuhteissa mutta riippumattomien yritysten välillä. Markkinaehtoperiaatteen noudattamisella pyritään siihen, että tulo kertyy ja vero maksetaan oikeassa valtiossa. Markkinaehtoperiaatteen käytännön soveltamisessa ja siirtohinnoittelun tutkimisessa käytetään tulkintalähteenä OECD:n siirtohinnoitteluohjeita "OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations". Myös Suomen sisäisessä lainsäädännössä edellytetään, että toisiinsa etuyhteydessä olevien (esimerkiksi samaan konserniin kuuluvien) kotimaisten ja ulkomaisten yhtiöiden väliset liiketoimet ovat markkinaehtoisia. Jos hinnoittelussa on poikettu markkinaehtoperiaatteista, veroviranomaiset voivat oikaista yhtiön tulon. Tulo oikaistaan sellaiseksi kuin se olisi muodostunut, jos hinnoittelu olisi tehty samoin kuin riippumattomien osapuolten välillä samanlaisissa olosuhteissa (Laki verotusmenettelystä §31).

- [...] siirtohinnoitteluperiaatteiden mukaisesti tuotteiden sopimusvalmistushinnat koostuvat seuraavista pääasiallisista eristä:
 - Raaka-ainekustannukset ja tavanomaiset materiaalisat
 - Muuttuvat tuotantokustannukset, kuten:
 - § Palkat
 - § Sähkö
 - § Vesi
 - § Huolto
 - Kiinteät tuotantokustannukset volyymin mukaan allokoituna, kuten:
 - § Tuotannonjohto ja laadunvalvonta
 - § Tuotantotilojen kustannukset (vuokra, kunnossapito)
 - § Osto-organisaatio
 - § Prosessikehitys
 - § Tuotantoon liittyvä poistot
 - Tuotantoon liittyvät hallintokulut volyymin mukaan allokoituna, kuten:
 - § Kirjanpito
 - § Palkanlaskenta
 - § Tietohallinto
 - Yllä oleviin kustannuksiin lisätään [...] % kattamaan allokoimattomat kustannukset, kuten
 - § Varastointi- ja lähetämökustannukset
 - § Pääomakustannus
 - § Takuu- ja reklamaatiokustannukset
 - § Tuotehyväksyntäkustannukset
- Tuotteiden hinnat päivitetään etukäteen kullekin vuosineljännekselle kustannuksissa tapahtuvien muutosten mukaisesti. Hintoja tarkistetaan tarvittaessa myös vuosineljänneksen aikana, mikäli esimerkiksi raaka-aineiden hinnoissa tapahtuu olennaisia muutoksia.
- Tilauksille asetetaan tuotteittain yhteisyrityksen normaalien tuotantocykliin mukaiset toimitusaikoja, toimitusmääriä ja varastoinnin kestoa koskevat rajoitukset, jotka kohdassa 2. tarkoitettu asiamies vahvistaa.
- Mikäli tietylle ostajalle ei ole saatavissa luottovakuutusta, on yhteisyrityksellä oikeus vaatia maksusuoritus ennen tilausta koskevan tuotannon aloittamista.
- Mikäli tehdyt tilaukset ylittävät ehdon mukaisen sopimusvalmistuskapasiteetin, tuotteen toimitukset suoritetaan tilausten kronologisessa saapumisjärjestyksessä ehdon mukaiseen maksimikapasiteettiin saakka.

- Ostaja sitoutuu myymään ehdon mukaisella sopimusvalmistuksella tuotetut tuotteet Suomen markkinoilla.
 - Ostajat ovat oikeutettuja ostamaan ehdon mukaista sopimusvalmistuskapasiteettia ainoastaan, mikäli niillä ei ole Suomessa omaa tuotantokapasiteettia tai niiden oma Suomessa sijaitseva konekapasiteetti ei riitä haluttuihin tuotantomääriin.
 - Yhteisyrityksellä on oikeus päättää, missä Suomen tuotantolaitoksessa ja millä tuotantolinjoilla sopimusvalmistus kulloinkin toteutetaan.
 - Toimitusehtona on EXW (Incoterms 2010).
499. Ehto on voimassa viisi (5) vuotta KKV:n päätöksestä lukien. Kohdassa 2. tarkoitettu asiamies tarkistaa ehdon mukaisen sopimusvalmistuskapasiteetin tarpeellisen määrän osapuolten pyynnöstä, mikäli Suomeen perustetaan uutta tuotantokapasiteettia tai mikäli markkinoilla tapahtuu muita olennaisia muutoksia.

7.2.2. Valvonta ja riitojen ratkaisu

500. Osapuolet esittävät KKV:n hyväksyttäväksi niiden yritysryhmistä ja perustettavasta yhteisyrityksestä riippumattoman asiamiehen (esimerkiksi tilintarkastaja).
501. Asiamiehen tehtävä on valvoa tässä annettujen sitoumusten noudattamista KKV:n yrityskauppaa koskevasta hyväksyvästä päätöksestä lukien sekä tehdä ratkaisuehdotuksia mahdollisissa riitatilanteissa.
502. Asiamies esitetään Kilpailuviraston hyväksyttäväksi yhden (1) kuukauden kuluessa yrityskaupan hyväksymisestä. Mikäli KKV ei hyväksy osapuolten esittämää asiamiestä, osapuolet esittävät viikon kuluessa uuden asiantuntijan KKV:n hyväksyttäväksi. Mikäli KKV ei hyväksy tätäkään asiamiestä, KKV nimeää asiamiehen.
503. Asiamiehellä on oikeus saada tarvittavia tietoja ja asiakirjoja sekä kaikki tarvitsemansa apu tehtävänsä hoitamiseksi perustettavalta yhteisyritykseltä, osapuolilta ja niiden henkilöstöltä.
504. Asiamiehellä on oikeus käyttää tarpeelliseksi katsomaansa teknistä, juridista ja muuta lisäasiantuntemusta. Asiamiehellä on oikeus organisoida valvontatyö tarkoituksenmukaisella tavalla.
505. Asiamiehen kuluista ja korvauksista vastaavat perustettava yhteisyritys ja/tai yrityskaupan osapuolet erikseen tehtävän sopimuksen mukaisesti. Asiamies sitoutuu asianmukaiseen salassapitosopimukseen.

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

506. Mahdollisissa ehtoa koskevissa riitatilanteissa riidan osapuolella on oikeus pyytää asiamieheltä ehdotusta riidan ratkaisusta. Ratkaisuehdotusta varten asiamiehellä on oikeus käyttää tarpeelliseksi katsomaansa teknistä, juridista ja muuta lisäasiantuntemusta. Ratkaisuehdotus on annettava kahden (2) kuukauden kuluessa sitä koskevasta pyynnöstä. Asiamies ei kuitenkaan saa ottaa käsiteltäväkseen vähämerkityksellistä riitaa.
507. Asiamies raportoi KKV:lle vuosittain sitoumusten toteutumisesta ja sitoumuksiin mahdollisesti esitettävistä muutoksista. Raportti annetaan viimeistään kalenterivuotta seuraavan vuoden helmikuun viimeisenä arkipäivänä. Raportointivelvollisuus koskee vuotta 2013 sekä kahta seuraavaa kalenterivuotta. Tämän jälkeen asiamies raportoi KKV:lle ristiriitatilanteissa.
508. KKV:lla on oikeus asiamiehen aloitteesta tai muutoin antaa lisäohjeita sitoumusten toimeenpanosta.

7.2.3. Yrityskaupan osapuolten näkemys sitoumuksista

509. Yrityskaupan osapuolten mukaan sitoumukset vastaavat joustavasti ongelmatuotealueita. Sopimusvalmistus on joustava tapa ratkaista väitetyjä kilpailuongelmia, koska se ei ole sidottu tiettyjen tuotantolinjojen sijaintiin tai tuotantoteknisiin rajoituksiin. Sopimusvalmistussitoumus ei vaadi linjojen siirtoja eikä se ole sidottu yhden laitoksen tuotantomahdollisuuksiin.
510. Sopimusvalmistussitoumus ei osapuolten mukaan rajoitu yhteen kilpailijaan, vaan tuotteita voi ostaa useat kilpailijat eri jakelukanaviin. Sitoumus ei vaadi kilpailijoilta investointeja. Osapuolten mukaan ostohinta edustanee teollisuushaaran edullisinta tasoa Suomessa osapuolten mittakaavat ja toiminnot huomioiden. Myös laatu on hyvä. Omakustannushinnan yhdenmukaisuus ennen tuotantoon liittymättömiä kustannuseriä ei vähennä / jäykennä kilpailua ja mahdollistaa kilpailijoille hintakilpailumahdollisuuden tehokkaalla omalla toiminnalla. Sopimusvalmistuksella kilpailijoille annetaan kustannustaso, joka on vähintään sama kuin yhteisyrittäksellä.
511. Sopimusvalmistuksen kohteena ovat tuoteryhmät edustavat infrastruktuurimarkkinoiden päätuoteryhmiä: paineputket, hulevesijärjestelmät ja peltosalaojaputket.[...].
512. Osapuolten mukaan sitoumusehdotus on toimiva ja ainoa käytännössä täytäntöön pantavissa oleva ratkaisu, koska muun muassa Suomessa on useita tuotantolinjoja vajaakäytössä. Ja lisäksi, koska pienten tuotemerkkinoiden kohdalla kilpailijoilla ei käytännössä ole liiketaloudellista mielekkyyttä esimerkiksi kokonaisen linjan hankkimiseen. Myöskään osapuolten tuotannon tappiollisuus ja tuloslaskelmien tila ja markkinoilla vallitseva ylikapasiteetti huomioiden, ei ole osapuolten mukaan odotettavaa, että kilpailijat olisivat halukkaita tekemään kiinteitä investointeja näillä markkinoilla.

7.3. Sitoumusten arviointi

7.3.1. Sitoumusten tulee johtaa kaikkien keskittymän aiheuttamien kilpailuongelmien pysyvään ratkaisuun

513. Yrityskauppavalvontasäännökset tulivat kilpailunrajoituslakiin vuonna 1998. Lakimuutosta koskevan hallituksen esityksen mukaan (HE 243/1997, 11 d §:n yksityiskohtaiset perustelut) yrityskaupalle asetettujen ehtojen tulee olla pääasiassa rakenteellisia. Yrityskauppaan osalliset yritykset voidaan velvoittaa esimerkiksi myymään tietty tytäryhtiö, liiketoiminta tai omaisuus kokonaan tai osittain, purkamaan tietty yhteistyöjärjestely tai eroamaan siitä tai siirtämään tai lisensoimaan immateriaalioikeuksia kolmansille osapuolille.
514. Yrityskaupan aiheuttamat kilpailuongelmat tulee ensisijaisesti pyrkiä ratkaisemaan yrityskaupalle asetettavilla ehdoilla. Annettavien sitoumusten tulee palauttaa markkinoille kilpailua siinä määrin, että yrityskaupasta kilpailutilanteelle seuraavat haitalliset vaikutukset voidaan välttää. Sitoumusten tulee johtaa kaikkien keskittymän aiheuttamien kilpailuongelmien pysyvään ratkaisuun. Sitoumusten noudattamisen ei myöskään tule edellyttää Kilpailuviraston jatkuvaa valvontaa.
515. Myös Euroopan komission yrityskauppavalvonnassaan hyväksymät korjaustoimenpiteet ovat lähes poikkeuksetta rakenteellisia. Komission yrityskauppasitoumuksia koskevassa tiedonannossa¹⁰³ todetaan seuraavaa:
516. *Kohta 15: According to the case law of the Court, the basic aim of commitments is to ensure competitive market structures. Accordingly, commitments which are structural in nature, such as the commitment to sell a business unit, are, as a rule, preferably from the point of view of the Merger Regulation's objective, inasmuch as such commitments prevent, durably, the competition concerns which would be raised by the merger as notified, and do not, moreover, require medium or long-term monitoring measures.*
517. *Kohta 17: Nevertheless, a general distinction can be made between divestitures, other structural remedies, such as granting access to key infrastructure or inputs on non-discriminatory terms, and commitments relating to the future behavior of the merged entity. Divestiture commitments are the best way to eliminate competition concerns resulting from horizontal overlaps, and may also be the best means of resolving problems resulting from vertical or conglomerate concerns. (Alleviivaus tässä)*

¹⁰³ Komission tiedonanto neuvoston asetuksen (EY) N:o 139/2004 ja komission asetuksen (EY) N:o 802/2004 mukaan hyväksyttävistä korjaustoimenpiteistä, EUVL C 267, 22.10.2008, s. 1.

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

518. Komissio hyväksyy vain poikkeuksellisissa tilanteissa käyttäytymisehtoja, joiden noudattaminen edellyttäisi komission valvontaa. Erityisesti horisontaalisten yrityskauppojen tilanteessa käyttäytymisehdot harvoin poistavat päällekkäisyyksistä johtuvia kilpailuongelmia:
519. *Kohta 14: Where, however, parties submit remedies proposals that are so extensive and complex that it is not possible for the Commission to determine with the requisite degree of certainty, at the time of its decision, that they will be fully implemented and that they are likely to maintain effective competition in the market, an authorization decision cannot be granted. The Commission may reject such remedies in particular on the grounds that the implementation of the remedies cannot be effectively monitored and that the lack of effective monitoring diminishes, or even eliminates, the effect of the commitments proposed.*
520. Yhteisöjen tuomioistuimet ovat useaan otteeseen vahvistaneet komission tiedonannossa esille tuotujen periaatteiden hyväksyttävyyden.¹⁰⁴ Rakenteellisia sitoumuksia preferoidaan myös useissa EU:n jäsenvaltioissa ja esimerkiksi Saksan kilpailulain mukaan kilpailuviranomainen ei saa hyväksyä yrityskaupalle ehtoja, jotka edellyttäisivät viranomaiselta pysyvää yrityskaupan osapuolten käyttäytymisen valvontaa.¹⁰⁵ Jatkuvaa monitorointia edellyttäviä yrityskaupan ehtoja pidetään yleisesti tehottomina. Yrityskauppavalvonnan ehtojen tuloksena kilpailuviranomaisen ei tulisi myöskään päätyä sääntelyviranomaisen rooliin.
521. Viraston tähänastinen kokemus on osoittanut, että valtaosa käyttäytymissitoumuksista aiheuttaa runsaasti selvitystyötä virastolle kaupan hyväksymisen jälkeen. Valvonta ja kolmansien osapuolten ehtorikkomuksia koskevien toimenpiteiden tutkinta edellyttävät usein virastolta laajoja selvityksiä niissäkin tapauksissa, joissa sitoumusten noudattamisen valvontaan on nimitetty uskottu mies. Erityisesti hinnoitteluun sekä syrjimättömiin ja tasapuolisiin menettelytapoihin liittyvät yrityskauppojen käyttäytymisehdot ovat aiheuttaneet selvityksiä ja tulkintaepäselvyyksiä. Yrityskaupalle asetettavien ehtojen tulisi kuitenkin ratkaista kaupasta aiheutuvat kilpailuongelmat tehokkaasti ja riittävän varmasti ilman, että ehdot edellyttävät virastolta jatkossa kaupan osapuolten menettelytapojen jatkuvaa sääntelyä ja valvontaa. Jos rakenteellista muutosta havaitun kilpailuongelman poistamiseksi ei toteuteta, markkinoiden toimivuus jää viranomaisen onnistuneen valvonnan varaan. Rakenteellisen muutoksen toteuttamatta jättäminen ei siten mahdollista asianmukaisia ja vaadittavia edellytyksiä kilpailun toimivuuteen.

¹⁰⁴ Ks. esim. ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio asiassa T-102/96, Gencor v. komissio (Kok. 1999, s. II-753, 316 kohta), yhteisöjen tuomioistuimen tuomio asiassa C-12/03 P, komissio v. Tetra Laval (Kok. 2005, s. I-987, 86 kohta) ja ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio asiassa T-158/00, ARD v. komissio (Kok. 2003, s. II-3825, 192 kohta ja sitä seuraavat kohdat).

¹⁰⁵ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Act against Restraints of Competition), 40 §:n 3 mom.

7.3.2. Yrityskaupan osapuolten sitoumukset eivät poista yrityskaupan aiheuttamaa kilpailuongelmaa pysyvästi

522. Yrityskauppaehtojen tarkoituksena on poistaa havaittu kilpailuongelma pysyvästi sekä palauttaa kilpailu (ongelmallisilta osin) yrityskauppaa edeltävälle tasolle. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, että tässä suhteessa osapuolten tarjoamat sitoumukset eivät täytä tarkoitustaan.
523. Koska Uponor/KWH-keskittymän aiheuttamat kilpailuongelmat ovat horisontaalisia, niiden ratkaiseminen edellyttää viraston näkemyksen mukaan rakenteellisia sitoumuksia. Edellä esitetyn mukaisesti divestointisitoumukset ovat paras tapa poistaa horisontaaliset kilpailuongelmat. Virasto esittikin yrityskaupan osapuolille 30.1.2013, että paras ratkaisu olisi elinvoimaisen tuotantolaitoksen myyminen yhdelle kilpailijalle. Lisäksi virasto totesi, että yksittäisten tuotantolinjojen sirottelu pienille toimijoille ei viraston näkemyksen mukaan riitä poistamaan havaittuja kilpailuongelmia.
524. Sen sijaan, että yrityskaupan osapuolet olisivat sitomusehdotuksessaan 8.2.2013 esittäneet divestointisitoumuksia, osapuolet ehdottivat, että kilpailijoille tarjotaan edellä kuvatun mukaisesti sopimusvalmistusta. Sitomus sopimusvalmistuksesta ei rakenteeltaan ole divestointia vastaava korjaustoimenpide, joka riittäisi palauttamaan kilpailun yrityskauppaa edeltävälle tasolle pysyvästi. Tämän lisäksi sopimusvalmistusta koskeva sitomusehdotus ei kata kaikkia viraston ongelmallisiksi katsomia markkinoita, vaan ainoastaan osan niistä. Markkinoista, joissa kilpailu yrityskaupan myötä estyy olennaisesti, puuttuvat suuret hulevesiputket, viettoviemärijärjestelmät, tekninen kuivatus, kiinteistöviemärijärjestelmät ja kaapelinsuojaus. Sitomusehdotus on näin ollen sekä rakenteeltaan että laajuudeltaan riittämätön.
525. Sopimusvalmistusehto olisi voimassa 5 vuotta viraston päätöksestä alkaen, joten se ei olisi toimiessaankaan ratkaisuna pysyvä.
526. Edellä mainittujen sopimusvalmistussitoumusta koskevien puutteiden lisäksi niilläkin ongelmallisilla markkinoilla, joita sitomus koskee, osapuolten kilpailijoille tarjoaman kapasiteetin määrä vaikuttaa melko vähäiseltä niiden vahvaan markkina-asemaan suhteutettuna. Lisäksi koska sopimusvalmistuksen käytännön toteuttamiseen liittyy jäljempänä eriteltyjä ongelmia, on hyvin mahdollista, että kaikki osapuolten tarjoama kapasiteetti ei tule täydessä mitassa kilpailijoiden käyttöön. Se vuosittainen kapasiteetti, jonka yrityskaupan osapuolet varaavat kilpailijoiden käyttöön vastaa vuoden 2011 myynnin arvosta suurimmassa osassa tuotteista 11,2-13,3 %. Keskikokoisten hulevesiputkien osalta vuoden 2011 myynnin arvosta varattava kapasiteetti vastaa 21,4 % ja suurten paineputkien osalta 23,1 %. Näin ollen sellaisessakin melko epätodennäköiseltä vaikuttavassa tilanteessa, että kilpailijat käyttäisivät kaiken osapuolten tarjoaman kapasiteetin, osapuolten ehdottama korjaustoimenpide vaikuttaa melko

pieneltä suhteessa osapuolten vahvaan markkina-asemaan. Sellaisessa tilanteessa, että kilpailijat käyttäisivät kaiken yrityskaupan osapuolten sopimusvalmistukseen käyttämän kapasiteetin, Uponor/KWH-keskittymän markkinaosuudet olisivat:

Pienet paineputket	[40 – 50] %
Keskikokoiset paineputket	[40 – 50]%
Suuret paineputket	[50 – 60]%
Pienet hulevesiputket	[40 – 50]%
Keskikokoiset hulevesiputket	[40 – 50]%
Peltosalaojaputket	[50 – 60]%

527. Myös viraston markkinaselvitykseen vastanneet lausunnonantajat ovat tuoneet esiin näkemyksensä sitoumusten riittämättömyydestä. Wavin toteaa: *"All in all we see that the proposed commitment does not solve the competition problems in a structural way. Already in our answer (dated 12 October 2012) to competition authorities we stated as follows: "All in all this merger could lead to a monopoly-like situation for the new combination those markets where their market share exceeds 50 % and where most competition lack own pipe production capacity in Finland." Even with the proposed remedies on commitment volumes Uponor/KWH J/V would still end up with such high market shares that competition is still effectively threatened and limited. Also we see that to sell/make available part of the capacity will lead only to a short temporary solution. Thus, we see that selling of the capacity is not enough, and sale of the assets as a remedy would be more effective to assure necessary competition in a structural way and on the longer run.*
528. *Further we see that beside the proposed product groups also other product groups of the intended merger would achieve market shares of well above 50 %, up to 90 %. Wavin is of the opinion that also those product groups need remedies to assure necessary competition also in those product groups.*
529. *One of the main weaknesses in the proposal is that the product groups for which remedies are proposed are not wide enough. All the product groups with relatively high market share (meaning a market share of over 50 %) would need remedies to assure competition in this markets. Also we see that the type of remedy: to sell capacity, is not solving the competition problem in a structural way. By just selling / making available of capacity, the merger will stay in the lead not only regarding prices to be paid by the*

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

users of the capacity but also in the organization of production of the products. In our opinion, the necessary structural remedy to assure competition would be a sale of assets in the form of plant or other economical unit."

530. Pipelifekin näkee sitomusehdotuksen osittain riittämättömänä ja toteaa lausunnossaan, että Pipelifen osalta ehdotettu sitomuskokonaisuus ratkaisee ongelmat osittain. Pipelife toteaa tarjottavan kapasiteetin olevan riittämätön erityisesti ongelmallisiksi todettujen suurten paineputkien ja keskikokoisten hulevesiputkien osalta. Pipelife ehdottaa kyseisten putkien osalta kapasiteetin nostoa 50 prosenttiin.
531. Sen lisäksi, että ehdotettu sopimusvalmistussitumus on viraston arvion mukaan sekä rakenteeltaan että laajuudeltaan riittämätön, viraston näkemyksen mukaan sen toteuttamiseen liittyisi käytännön ongelmia. Myös markkinatoimijat ovat lausunnossaan esittäneet erilaisia sitomusehdotukseen liittyviä ongelmia. (Ks. myös Wavinin lausunto edellä.)
532. Koska ostajat joutuvat sitoutumaan vuokraamaansa kapasiteettiin etukäteen, niillä ei ole samanlaista joustavuutta tuotannossaan kuin osapuolilla. Putkimarkkinoiden asiakkaille on tärkeää, että toimittaja kykenee lisäämään toimituksiaan tarvittaessa nopeasti. Sopimusvalmistustuotanto ei mahdollista tätä, minkä vuoksi ostaja on aina lähtökohtaisesti heikommassa asemassa kuin osapuolet. Myös Pipelife on tuonut tämän esiin: *"Mahdollisena heikkoutena näemme sen, että kapasiteettia (tuotteita) ei olisikaan saatavana juuri sinä hetkenä kun niitä tarvitaan. Koska yritys ei voi sitoa kapasiteettiaan enempää volyymia sitoviin tarjouksiinsa pitäisi järjestelmän toimiakseen sisältää avoimuuden siitä, mihin projektiin kulloinenkin kapasiteetin pyyntö liittyy. Tällä varmistettaisiin toimituskyky asiakkaalle ja luonnollisesti myös "ostajalle." Nythän "ilmoittaja" voi sanoa, ettei kapasiteettia ole vapaana kyseisenä aikana ja puhua totta koska he ovat sen jo allokoineet ko. projektiin."*
533. Lisäksi Pipelife toteaa, että epäselvyyttä saattaa aiheuttaa myös kohta, jossa ostajat ovat oikeutettuja ostamaan ehdon mukaista kapasiteettia ainoastaan, jos niillä ei ole Suomessa omaa tuotantokapasiteettia tai niiden oma Suomessa sijaitseva konekapasiteetti ei riitä haluttuihin tuotantomääriin. Pipelifen mukaan tämä saattaa aiheuttaa tulkintaongelmia oman kapasiteetin olemassa olosta esimerkiksi tilanteessa, jossa toimija on tehnyt useita tarjouksia. Viraston arvion mukaan kyseinen kapasiteettiin liittyvän ostarajoitteen tulkinnanvaraisuus voi joissain tilanteissa sulkea sopimusvalmistuksen ulkopuolelle Pipelifen ja Meltexin, jolloin koko sopimusvalmistus jäisi vähäiseksi.

534. Pipelifen mukaan Uponor/KWH-keskittymällä ei tulisi olla ainakaan yksiselitteistä oikeutta päättää, missä Suomen tuotantolaitoksella tuotteet valmistetaan. Koska toimitusehtona on EXW¹⁰⁶, valmistuspaikalla on merkitystä rahtikustannusten ja siten kilpailun toimivuuden vuoksi. Virastonkin arvion mukaan se, että Uponor/KWH-keskittymällä on oikeus päättää missä Suomen tuotantolaitoksessa ja millä tuotantolinjoilla sopimusvalmistus kulloinkin toteutetaan, antaa keskittymälle mahdollisuuden asettaa kilpailutilanteessa sopimusvalmistajan itseään epäedullisempaan asemaan. Myös Wavin toteaa: *"It is also challenging that the merger could decide in which production plant they will produce their products."*
535. Lisäksi Pipelifen mukaan tuotteiden hintojen tarkistaminen vuosineljänneksen aikana olisi määritettävä tarkemmin ja sidottava esimerkiksi tiettyyn nousuprosenttiin.
536. Kustannuksiin lisättävä [...] prosentoin lisä, jonka on tarkoitus kattaa varastointi- ja lähettämökustannukset, pääomakustannuksen, takuu- ja reklamaatiokustannukset ja tuotehyväksyntäkustannukset vaikuttaa viraston arvion mukaan huonosti perustellulta. Myös Pipelife pitää [...] prosentin allokoimattomia kustannuksia erittäin korkeana arvona kattamaan kuvattuja kustannuksia.
537. Wavin toteaa lausunnossaan sopimusvalmistuksen hinnoittelusta: *"Further, the proposal includes the product groups with very low profitability in the Finnish market. This makes the pricing problem in the proposed remedy of making available capacity to competitors even more problematic: it could well be that the pricing rules leads to situation that purchase prices for the products produced in the factories of the merger are too high compared to market prices and makes it impossible to generate profitable business."*
538. Viraston arvion mukaan edellä esitetyt ongelmat vaikuttavat osaltaan siihen, että sopimusvalmistussitoumus ei poistaisi yrityskaupan aiheuttamia kilpailuongelmia pysyvästi.

7.3.3. Täydennetty sitomusehdotus 19.2.2013

539. Yrityskaupan osapuolet toimittivat Kilpailu- ja kuluttajavirastolle täydennetyt sitomusehdotuksen 19.2.2013. Koska täydennetty sitomusehdotus toimitettiin virastolle hyvin loppuvaiheessa ennen käsittelymääräajan päättymistä, virastolla ei ollut mahdollisuuksia arvioida, poistaisiko sitomusehdotus havaittuja kilpailuongelmia pysyvästi sekä palauttaisiko se kilpailun yrityskauppaa edeltävälle tasolle. Viraston alustavan näkemyksen mukaan sitomusehdotus on edelleen monilta osin puutteellinen, eikä se lähtökohtaisesti vastaa sitä, mitä virasto 30.1.2013 edellytti toimivalta

¹⁰⁶ EXW – Ex Works (named place of delivery), Incoterms 2010.

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

sitoumuskokonaisuudelta. Alustavan tarkastelun perusteella virasto toteaa, että täydennetystä sitoumusehdotuksesta puuttuu edelleen kiinteistöviemäriputkia koskeva sitoumus kokonaan. Tämän lisäksi monia ongelmallisiksi havaittuja markkinoita koskee ainoastaan sopimusvalmistussitoumus, jonka riittämättömyyttä on käsitelty edellä. Viettoviemäri-, kaapelinsuojaus- ja teknisen kuivatuksen putkien osalta ehdotuksessa ei ollut erillistä sitoumusta vaan maininta, että hulevesiputkilinjalla voi valmistaa myös näitä kyseisiä putkia ilman tarkempaa selostusta esimerkiksi tuotteiden vaihtamisen vaikutuksesta tuotantokapasiteettiin.

540. Lisäksi on huomattava, että täydennetyinkin sitoumusesityksen perusteella olisi ollut mahdollista, että yrityskauppa tulee lopulta hyväksytyksi ainoastaan käyttäytymissitoumuksiksi katsottavilla sopimusvalmistusehdoilla. Mikäli tuotantolinjojen myynnissä ei olisi onnistuttu kuuden kuukauden määräajassa, osapuolet olisivat sitoutuneet ainoastaan edellä kuvattuun sopimusvalmistukseen. Kilpailuviraston aikaisemmassa tapauskäytännössä tämän tyyppistä ”takaporttia” ei ole hyväksytty. Yrityskaupan osapuolten on tullut koota divestoitavista liiketoiminnoista tai omaisuseristä niin houkutteleva kokonaisuus, että niille tosiasiallisesti löytyy ostaja. Muussa tapauksessa uhkana on ollut, virasto rakenteellisten ehtojen toteutumatta jäädessä esittää markkinaoikeudelle yrityskaupan purkamista aikaisemman kilpailunrajoituslain 11 i §:n 2 momentin perusteella (nykyisin kilpailulain 30 §).

7.4. Sitoumusten arvioinnin johtopäätös

541. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskaupan osapuolten esittämä sopimusvalmistussitoumus on sekä rakenteeltaan että laajuudeltaan riittämätön poistamaan havaittuja kilpailuongelmia pysyvästi ja palauttamaan kilpailun (ongelmallisilta osin) yrityskauppaa edeltävälle tasolle. Lisäksi esitettyyn sopimusvalmistussitoumukseen liittyy monia edellä yksilöityjä ongelmallisia piirteitä, jotka ovat omiaan heikentämään sen tarkoituksenmukaista toimivuutta.
542. Tilanteessa, jossa yrityskauppa viraston arvion mukaan aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia, virasto neuvottelee yrityskaupan osapuolten kanssa ehdoista. Virasto ei voi kuitenkaan määrätä noudatettavaksi ehtoja, joita yrityskaupan osapuolet eivät ole virastolle esittäneet. Virasto tuo esille kilpailuongelmat, mutta osapuolten vastuulla on esittää sitoumukset, jotka poistavat nämä ongelmat. Jos yrityskaupan osapuolet eivät esitä virastolle sitoumuksia, jotka tehokkaasti poistavat syntyvän kilpailuongelman, virastolle jää ainoastaan vaihtoehdoksi esittää markkinaoikeudelle yrityskaupan kieltämistä.

8. Sovelletut säännökset

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



Esitys

119
(119)

Dnro 661/14.00.10/2012
Julkinen versio
25.2.2013

Pääjohtaja

Juhani Jokinen

Erikoistutkija

Hanna Kaiponen

Liitteet

Liite 1 KWH/Uponor -yrityskauppa: maantieteelliset markkinat
Liite 2 KWH/Uponor -yrityskauppa: tehokkuushyödyt

25.2.2013
Julkinen
versio

KWH/Uponor -yrityskauppa: maantieteelliset markkinat

Aluksi

Tässä raportissa tarkastellaan KWH/Uponor-yrityskaupan maantieteellisten markkinoiden määrittelyä. Raportti on päivitetty versio osapuolille tammikuussa toimitetusta luonnoksesta. Raportti eroaa luonnoksesta erityisesti kauppavirtoja ja rahtikustannuksia koskevien kappaleiden osalta.

Raportin lähtökohtana on Tempo Economicsin Maantieteelliset markkinat -raportti. Kilpailu- ja kuluttajaviraston käytössä on ollut Tempon alkuperäinen aineisto ja tilastollisen [...], joita käytetään tässä raportissa Tempon mallien kriittiseen tarkasteluun sekä niihin liittyvien herkkyyksianalyysojen tekemiseen. Raportissa on otettu huomioon myös osapuolten virastolle yrityskaupan jatkokesittelyn aikana toimittama materiaali.

Tempo on lähestynyt infrastructure-tuotteiden maantieteellisten markkinoiden määrittelyä neljästä eri näkökulmasta: tarkastelemalla [...]. Tämän raportin rakenne seuraa Tempon esimerkkiä. Raportin lopussa on esitetty tiivistelmä analyysein tuloksista.

[...]

Tempon raportin maantieteellisten markkinoiden määrittely sisältää [...]. Kuten Tempon raportissa on selitetty, [...] koostuu kahdesta yksinkertaisesta testisuureesta

[...]

Tempo laskee raportissaan [...], ja vertaa sitä valittuun [...]. Jos [...], markkinoita voidaan pitää testin perusteella kansallisina. [...].

Tempon raportissa käytetyt tuonti-, kysyntä- ja tuotantoluvut perustuvat osapuolten arvioihin markkinoista vuonna 2011. [...]. Raportin tulokset on esitetty kaaviomuodossa, mutta osapuolet ovat toimittaneet Kilpailu- ja kuluttajavirastolle saman aineiston myös taulukkomuodossa, jonka perusteella viraston on laatinut Taulukon 1.¹

[...]

Taulukko 1: [...] alkuperäisen [...] (tEUR)

¹ Taulukossa 1 hulevesijärjestelmien tuotanto on korjattu yhdenmukaiseksi muiden tuoteryhmien tuotannon kanssa. [...] alkupe-
räisessä raportissa hulevesijärjestelmien tuotanto oli arvioitu yhtä suureksi kuin kulutus. Taulukossa [...] [...].



25.2.2013
**Julkinen
versio**

Tempon tulosten mukaan [...] jää alle valitun kynnyksarvon kaikissa tarkastelluissa tuoteryhmissä. Tulosten perusteella [...]. [...].

Tempon [...]edustavuus

Tempon [...] on kaksi perusongelmaa. Ensinnäkin testisuureet on laskettu vain suppealle joukolle tuotteita, mikä antaa harhaanjohtavan kuvan [...] yleisestä merkityksestä infrastructure-markkinoilla. Toiseksi osapuolten arviot markkinoiden suuruudesta ja kauppavirroista perustuvat subjektiivisiin näkemyksiin, jotka ovat ristiriidassa sekä viraston näkemysten että viraston muilta toimijoilta saamien lukujen kanssa.

Testeihin sisällytettyjen tuoteryhmien osuus koko infraputkien kotimaisten markkinoiden arvosta on vain noin [...] prosenttia.² Testien ulkopuolelle jätetyissä tuoteryhmissä ei esiinny käytännössä lainkaan Suomen ja muiden maiden välisiä kauppavirtoja. Erityisesti salaojajärjestelmissä ja kaivoissa vienti ja tuonti ovat yrityskauppailmoituksenkin perusteella olematonta, eli niiden [...].

Hulevesijärjestelmissä kotimaiseksi kysynnäksi arvioitu [...] miljoonaa euroa sisältää nähtävästi vain pienet hulevesiputket yhteineen, sillä yrityskauppailmoituksen mukaan muovisten hulevesiputkien kokonaismarkkinoiden arvo on n. [30-40] miljoonaa euroa. Myös Pipelife, jonka osapuolet arvioivat suurimmaksi hulevesiputkien tuojaksi, on kertonut tapaamisessa viraston kanssa (22.11.2012) suurempien hulevesiputkien tuonnin olevan kannattamatonta suurten rahtikustannusten vuoksi. Haja-asutuksen jätevesien käsittely -tuoteryhmästä on jätetty pois kaikki muut tuotteet paitsi kiinteistökohtaiset panospuhdistamot, jotka vastaavat vain noin kolmannesta tuoteryhmän kokonaisarvosta.

Tempon esittämien [...] painotettu keskiarvo on [...]. Kun otetaan huomioon, että tunnuslukujen arvo niille alaryhmille, joissa [...], saadaan [...] painotetuksi keskiarvoksi [...].³

Yleisesti on huomattava, että vienti ja tuonti tietyssä alakategoriassa eivät aiheuta kilpailupainetta muille saman tuoteryhmän tuotteille, sillä alakategorioiden tuotteet eivät ole asiakkaan näkökulmasta toisiaan korvaavia. Tempon [...] voidaan perustella Suomea laajempaa maantieteellistä markkina-aluetta vain niille alakategorioille, joissa kauppavirtoja tosiasiallisesti esiintyy.

Viraston arvio tuonnista ja Pipelifen Haaparannan tehtaan vaikutus tuontilukuihin

Tempon raportissa esitetyt arviot vienti- ja tuontimääristä on eritelty yrityskohdaisesti raportin liitteissä. [...]. Pipelife on itse ilmoittanut virastolle Haaparannan

² Markkinoiden koko ([100-200] miljoonaa euroa) perustuu osapuolten toimittamiin arvioihin putkimarkkinoiden suuruudesta ja vaihtoehtoisten materiaalien osuudesta.

³ Arvio perustuu Tempon itse ilmoittamiin [...].



25.2.2013
Julkinen
versio

nan tuotannon osana kotimaista tuotantoaan, ja virasto on aiemmissa osapuolille toimittamissaan asiakirjoissa noudattanut samaa linjausta. Koska Haaparannan tehdas sijaitsee Ruotsissa, sen myynti Suomeen voidaan katsoa tuonniksi. Viraston näkemyksen mukaan tuontia Haaparannasta ei voida kuitenkaan rinnastaa merkitykseltään tuontiin muista Suomen lähialueen tehtaista. Tätä kysymystä käsitellään tarkemmin raportin seuraavassa luvussa.

Virasto on selvittänyt tarkemmin Haaparannan tehtaan myyntiä Suomeen. Virasto ei voi ilmoittaa Haaparannan tehtaan tuoteryhmäkohtaisia tuontivolyyumejä, koska ne ovat Pipelifen liikesalaisuuksia. Tästä syystä tämän raportin taulukoissa ilmoitetut viraston arvioimat tuontiluvut ovat eräitä muita tarkennuksia lukuun ottamatta muuttumattomat osapuolille aiemmin ilmoitetuista luvuista. Jos Haaparanta sisällytettäisiin arvioihin, sen myynti olisi helposti pääteltävissä osapuolille aiemmin toimitettujen lukujen ja päivitettyjen lukujen erotuksena.

Taulukko 2 sisältää viraston arvion infrastructure-markkinoiden tuontivirroista ilman Haaparannan tehdasta. Luvut perustuvat pienten toimijoiden osalta Tempon Maantieteelliset markkinat -raportin arvioihin ja suurempien toimijoiden (Pipelife, Meltex, Wavin, LVI-Dahl, Rehau ja Onninen) osalta viraston suoraan kilpailijoilta saamiin tietoihin. Selvennykseksi todettakoon myös, että toisin kuin osapuolet ovat esittäneet esimerkiksi 4.2.2013 päivätyssä muistiossaan, virasto on sisällyttänyt kaikkiin esittämiinsä tuontiarvioihin Pipelifelta saadut Viron tuontia ja muualta kuin Haaparannasta peräisin olevaa Ruotsin tuontia koskevat luvut. Ainoa poikkeus tästä on kiinteistöviemäriputket, joiden osalta taulukko ei sisällä lainkaan Pipelifen tuontia, koska viraston saamat tiedot eivät riitä Haaparannan erottamiseen muusta tuonnista.

Viraston näkemyksen mukaan Taulukon 2 arviot antavat täsmällisemmän kuvan tuonnista kuin luvut, [...]. Tempon alkuperäisiä arvioita käyttäen tuonnin osuus koko infrastructure-markkinoista on [...] prosenttia ja viennin osuus [...] prosenttia. Mikäli tuontiarvio korjataan kilpailijoiden ilmoittamalla todellisella tuonnilla, [...], tuonnin osuus kotimaisten markkinoiden kokonaisliikevaihdosta on selvästi alle 10 prosenttia.

Haaparannan tehtaan ohella viraston ja osapuolten arvioiden eroavaisuuksiin vaikuttavat osapuolten epätarkat arviot Pipelifen muusta tuonnista sekä muiden kilpailijoiden (Wavin, Meltex, Rehau) tuonnista. Lisäksi virasto on sisällyttänyt lukuihin Onnisen ja LVI-Dahlin tuonnin, joita ei ole mainittu Tempon tuontiluvuissa. Toinen epätarkkuus Tempon raportissa liittyy kotimaisen tuotannon määritelmään. Tempo on laskenut [...]. Tuotantoon tulisi sisällyttää myös vienti. Käytännössä viennin lisääminen nostaa osaa [...] Taulukon 1 lukuihin verrattuna.



25.2.2013
**Julkinen
versio**

[...]

Taulukko 2: viraston arviot tuonnista Suomeen ilman Haaparannan tehdasta

Markkinan koko on osapuolten ilmoittama Suomen markkinoiden koko (pl. vaihtoehtoiset materiaalit). Tuontiin on sisällytetty viraston keräämät tiedot Pipelifelta, Meltexiltä, Wavinilta, Onniselta ja LVI-Dahlilta sekä osapuolten ilmoittama muiden kuin edellä mainittujen yritysten tuonti. Keskikokoisten viettoviemärien (200-400 mm) tuontilukuihin sisältyy osittain myös pienempien viettoviemärien tuontia, jolloin todelliset tuontiprosentit ovat pienten viettoviemärien osalta jonkin verran suuremmat ja keskikokoisten osalta jonkin verran pienemmät. Kiinteistöviemäriputkien tuonti ei sisällä lainkaan Pipelifen tuontia, koska virasto ei voi erottaa kyseisessä tuoteryhmässä Haaparannan osuutta muusta tuonnista.

Elzinga ja Hogarty (1973) sovelsivat itse testissään sekä 75 prosentin kynnysarvoa että 90 prosentin kynnysarvoa. Mikäli testisuure ylitti 75 prosenttia, markkina-alue voitiin määrittellä "heikosti" relevantiksi markkina-alueeksi. Yli 90 prosentin testisuureet puolsivat näkemystä "vahvasti" relevantista markkina-alueesta.

Kun Tempon esittämistä [...] korjataan Haaparannan tehtaan vaikutus sekä edellä kuvatut virheet (Pipelifen, Wavinin, Meltexin, Rehaun, Onnisen ja LVI-Dahlin tuonti sekä viennin osuus kotimaisesta tuotannosta), tunnuslukujen keskiarvo alittaa 0.75:n vain paineputkien yhteissä. EH-analyysin perusteella paineputkien yhteiden markkinat ovat siis Suomea laajemmat.

Keskikokoisissa viettoviemäriputkissa keskiarvo on [...], eli Suomi voidaan nähdä heikosti relevanttina markkina-alueena. Viettoviemäreiden tuonnin osalta todettakoon kuitenkin, että vuonna 2011 keskikokoisten viettoviemäreiden tuonti oli poikkeuksellisen korkea johtuen Pipelifen tehtaalla tapahtuneesta konerikosta. Pipelife toi kyseisenä vuonna 200-250 mm viettoviemäreitä selvästi aiempia vuosia enemmän. Vuonna 2009 tuonnin osuus keskikokoisissa viettoviemäreissä oli [...] % ja vuonna 2010 [...] %.

Kaikissa muissa tuoteryhmissä tunnuslukujen keskiarvo ylittää 0.9:n, eli Suomi muodostaa analyysin perusteella oman maantieteellisen markkinansa.

Kuten edellä on todettu, virasto ei voi ilmoittaa Pipelifelta saamia tietoja Haaparannan tehtaan myynnistä Suomeen. Pipelife on kuitenkin ilmoittanut julkisena tietona, että Haaparannasta tuodaan Suomeen paineputkia, hulevesiputkia, teknisen kuivatuksen putkia, kiinteistöviemäriputkia, kiinteistöviemäriputkien yhteitä ja kaapelinsuojaputkia. Haaparannan osuus kokonaisuutensa tuonnista on merkittävä ja selittää suurimman osan osapuolten ja viraston näkemyselystä tuonnin kokonaisvolyymista.

Tuoteryhmätasolla osapuolten ja viraston arviot eroavat kuitenkin toisistaan, vaikka Haaparanta laskettaisiin tuonniksi. Osapuolten arvio kaikkien toimijoi-



25.2.2013
Julkinen
versio

den yhteenlasketusta tuonnista Suomeen on merkittävästi liian korkea ([...]) hulevesijärjestelmien, kiinteistöviemäriputkien ja -yhteiden, viettoviemäriputkien yhteiden, kaapelinsuojauksen ja kiinteistökohtaisten panospuhdistamoiden osalta. Osapuolten arviot ovat puolestaan merkittävästi liian alhaiset keskikoisten paineputkien ja teknisen kuivatuksen osalta.

[...] ja Haaparannan tehtaan merkityksestä

Haaparannan sisällyttäminen tuontiarvoihin johtaa virheelliseen johtopäätökseen, jonka mukaan tuonnin lisääminen myös kauempaa Pohjoismaista ja Baltiasta olisi yhtä helppoa kuin tuonnin kasvattaminen Haaparannasta. Kauppavirtoihin keskittyminen ylipäättään on putkimarkkinoilla harhaanjohtavaa, koska laajamittaiseen tuontikilpailuun pystyviä yrityksiä on vain kaksi: Pipelife ja Wavin. Keskittymän hinnannosto hyödyttää myös näitä yrityksiä, minkä vuoksi niillä ei ole kannustimia kumota täysimääräisesti keskittymän aikaansaamaa hintatason nousua.

Haaparannan tehtaan sijainti

Osapuolet ovat esittäneet, että infrastructure-markkinoita tulisi pääsääntöisesti tarkastella vähintään Suomen, Ruotsin ja Viron laajuisina. Alueella sijaitsee rajallinen määrä tuotantolaitoksia, kuten käy ilmi esimerkiksi [...]. Laitoksista lähimpänä Suomea sijaitsee Pipelifen Haaparannan tehdas, joka on noin kolmen kilometrin päässä Suomen rajasta. Pipelifella on tehtaita myös Etelä-Ruotsissa Ljungissa ja Ölsremmassa. Pipelifen Suomen tukikohta on Utajärven tehdas.

Osapuolten tulkinnan mukaan [...]. Osapuolten virastolle 4.2.2013 toimittamassa muistiossa esitetään, [...]. Asian selvittämiseksi virasto on pyytänyt Pipelifelta julkista versiota sen virastolle toimittamista rahtiarvioista.

Pipelifen mukaan täysperävaunullisen rekan kustannukset Haaparannasta Etelä-Suomeen (esim. Hyvinkäälle) ovat [...] euroa ja Ölsremmassa/Ljungista Etelä-Suomeen [...] euroa. Toisin sanoen kustannukset Etelä-Ruotsista ovat [...] kertaiset verrattuna Haaparantaan. Pipelife tuo tuotteita myös Pohjois-Suomen markkina-alueelle ja Utajärven tehtaan varastolle. Pipelifen mukaan rahtikuorma Haaparannasta Utajärvelle maksaa [...] euroa ja Ölsremmassa/Ljungista Utajärvelle [...] euroa, eli yli [...] kertaiset. Rahtikustannuksia on tarkasteltu lähemmin myös raportin viimeisessä luvussa.

Haaparannan tuontia ei tule rinnastaa muuhun tuontiin, koska Haaparannan tehtaan sijainti on ainutlaatuinen. Pohjois-Ruotsissa ei sijaitse muita vastaavanlaisia tehtaita, jotka pystyisivät lisäämään tuotantoaan Suomen hintatason nousussa. Tehtaiden harvalukuisuuden vuoksi tuonnin rajakustannus ei nouse tasaisesti, vaan harppauksittain. Haaparannan jälkeen seuraavaksi lähimpien tehtaiden (Pipelifen ja Wavinin etelämpänä sijaitsevat Ruotsin yksiköt) rahtikustan-



25.2.2013
Julkinen
versio

nukset ovat merkittävän paljon suuremmat kuin Haaparannan tehtaan, kuten edellä on todettu.

Pipelifen Viron tehtaan kuljetuskustannukset ovat Etelä-Suomea ajatellen verrannolliset Haaparannan tehtaaseen, mutta Pipelife ei muista (liikesalaisista) syistä johtuen ole katsonut Viron tuontia kannattavaksi kuin muutamassa tuotteessa.

Pipelifen ja Wavinin kannustimet nostaa tuotantoaan

Kilpailu- ja kuluttajaviraston esityksen haittaskenaario-osuuden aluvussa "Kilpailijoiden odotettavissa olevat reaktiot" todetaan, että "Uponorin ja KWH Pipen kilpailijoilla ei ole kannustimia vastata aggressiivisesti hintojen nousuun: niiden intressissä on hyödyntää niitä kohtaava kasvanut kysyntä nostamalla myös omia hintojaan, koska niiden on samalla mahdollista lisätä myös myyntimääriään." Tämä taloustieteeseen perustuva argumentti ei rajoitu vain kilpailijoiden kannustimiin lisätä kotimaista tuotantoaan, vaan koskee myös tuontia.

Pohjoismaissa ja Baltiassa toimii osapuolten lisäksi vain kaksi muuta suurta toimijaa, Pipelife ja Wavin. Molemmat yritykset ovat jo läsnä Suomen markkinoilla. Pipelifen ja Wavinin yhteenlaskettu osuus Suomen putkituonnista on yli 90 prosenttia.⁴ Myös osapuolet ovat keskusteluissaan viraston kanssa korostaneet Pipelifen ja Wavinin merkitystä potentiaalisessa tuonnin kasvussa. Vaikuttaa hyvin todennäköiseltä, että ainoat toimijat, jotka pystyisivät vastaamaan merkittävässä määrin keskittymän mahdolliseen hinnannostoon, ovat nimenomaan Pipelife ja Wavin.

Sekä Pipelifella että Wavinilla on markkinavoimaa Suomen markkinoilla. Tämä tarkoittaa sitä, että tehdessään päätöstä tuonnin lisäämisestä Pipelife ja Wavin ottavat huomioon oman toimintansa vaikutuksen hintatasoon. Kun keskittymä nostaa hintojaan, Pipelifen ja Wavinin kohtaama kysyntä kasvaa. Yritysten ei kannata tuhota hinnannousun luomia voittoja lisäämällä tuontiaan liikaa.

Keskittyminen pelkkiin toimialan yhteenlaskettuihin tuontilukuihin on harhaanjohtavaa, kun lähes koko tuonti on kahden oligopolistisen yrityksen hallussa. Kilpailutilanteessa tapahtuvaa muutosta pitää arvioida nimenomaan muutoksesta oligopolistisessa tasapainossa. Muutokseen vaikuttavat paitsi edellä kuvattu kilpailijoiden kohtaaman kysynnän kasvu, myös kilpailijoiden rajakustannukset. Pipelifelle ja Wavinille rahtikustannukset ovat osa niiden rajakustannusta. Kuten edellä on keskusteltu, yritysten rahtiin liittyvät rajakustannukset nousevat voimakkaasti, kun rahdin pituus kasvaa. Rajakustannusten nousu hillitsee entisestään oligopolististen kilpailijoiden mahdollisuuksia vastata keskittymän hinnannousuun.

⁴ Putkituontiin on tässä laskettu vain putket, ei yhteitä.



25.2.2013
Julkinen
versio

Kauppavirtasuureet ovat kuvaavimmillaan silloin, kun maailmalla on suuri joukko kilpailullisia tuottaja tasaisilla etäisyyksillä kohdemarkkinoista. Putkimarkkinoilla potentiaaliset tuojat eivät kuitenkaan muodosta tällaista jatkumoa. Lähialueilla toimivat Pipelife ja Wavin. Sen jälkeen tulevien valmistajien rahtikustannukset (ja muut markkinoille tuloon liittyvät kustannukset) ovat huomattavan paljon suuremmat. Tästä syystä tarkastelun on keskityttävä näihin yrityksiin, ja niitä on tarkasteltava nimenomaan oligopolistisen käyttäytymisen näkökulmasta.

Jos tuojayrityksellä on lisäksi kapasiteettirajoite omilla kotimarkkinoillaan, tuonnilla on ylimääräinen vaihtoehtokustannus: tuotannon ohjaaminen vientiin laskee myyntiä kotimarkkinoilla. Kun yritys ryhtyy viemään tuotetta Suomeen, se joutuu muuttamaan käytöstään kotimarkkinoillaan. Koska yrityksen aiempi tuotantotasot kotimarkkinoilla oli sen optimaalinen oligopolistrategia, viennin aloittaminen laskee yrityksen voittoja kotimarkkinoilla. Tästä aiheutuu vientiin liittyvä vaihtoehtokustannus, joka laskee yrityksen optimivientiä Suomeen.

Maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn liittyvät [...]

Tempon tulokset [...] perustuvat [...], jossa kunkin tuotteen [...]. [...] on otettu huomioon havainnot, joissa samaa tuotetta on myyty vähintään [...]. Tulokset (toistettu alla Taulukossa 3) on ilmoitettu koko aineistolle sekä erikseen niille tuoteryhmille, joille on riittävästi havaintoja [...] muodostamiseksi. [...] raportti ei sisältänyt havaintomääriä, mutta virasto on lisännyt ne Tempon [...] perusteella tehtyjen laskelmien avulla taulukkoon.

[...]

Taulukko 3: [...] alkuperäiset tulokset (Kuva 5 [...]) ja tarkistuslaskelmissa lisätyt havaintomäärät

Tempon hintakorrelaatiotestien yleisistä ongelmista

Hintakorrelaatiotestien käyttö markkinamäärittelyssä perustuu ajatukseen, jonka mukaan kahden tuotteen tai kahden maantieteellisen markkinan hintojen välinen korrelaatio on sitä korkeampi, mitä läheisempi on kilpailu näiden tuotteiden tai alueiden välillä. Voimme ajatella esimerkiksi tilannetta, jossa Suomi ja Ruotsi muodostavat relevantin markkina-alueen tietyille putkityypille. Jos putkien hintataso nousee Ruotsissa esimerkiksi työvoiman kallistumisesta johtuen, kysyntä suomalaisille putkille kasvaa, mikä nostaa hintatasoa myös Suomessa. Hintatasojen korrelaatio perustuu siis ensisijaisesti asiakkaiden mahdollisuuteen valita kilpailevien tuotteiden väliltä.



25.2.2013
Julkinen
versio

Hintakorrelaatiotestejä on arvosteltu monin eri perustein (ks. esim. Froeb ja Werden 1993, Baker 2007). Yksi korrelaatiotestien merkittävimmistä ongelmista on ns. näennäisen korrelaation mahdollisuus. Kahden muuttujan välinen korrelaatio riippuu samoista tekijöistä, jotka vaikuttavat muuttujien omiin vaihteluihin. Hintatasoja tarkasteltaessa tällaisia tekijöitä ovat ensisijaisesti kysynnässä ja kustannuksissa tapahtuvat muutokset. Mikäli esimerkiksi tuotantopanosten hintojen vaihtelu kahdessa maassa on voimakkaasti korreloitunutta, ovat myös maiden väliset hintatasot korreloituneet. Koska korrelaatio ei tässä tapauksessa liity kyseisten lopputuotteiden väliseen kilpailuun, kyse on näennäisestä korrelaatiosta (ks. Froeb ja Werden 1993).

Akateemisessa kirjallisuudessa esitetty kritiikki soveltuu pääosin myös Tempon tekemiin hintakorrelaatioanalyysiin. Muoviputkimarkkinoilla edellä kuvatun kaltaisia hintatasoihin vaikuttavia yhteisiä tekijöitä ovat muoviraaka-aineen hinta sekä sähköenergian hinta. Tätä kysymystä tarkastellaan tarkemmin jäljempänä. Tempon analyysin ensisijaiset ongelmat liittyvät kuitenkin käytetyn aineiston laatuun sekä erääseen toiseen menetelmälliseen ongelmaan, joka sekin johtaa näennäiseen korrelaatioon.

Yksi Tempon aineiston pääongelmista liittyy havaintojen aikaulottuvuuteen. Tempon laskelmissa on otettu huomioon vain sellaiset havainnot, joissa tiettyä tuotetta on myyty samana päivänä kahdessa eri maassa. Hintakorrelaatiotestien taustalla oleva arbitraasiprosessi ei ole välitön: asiakkaat eivät vaihda toimittajaa hetkessä ja lisäksi myös hintatason sopeutuminen naapurimaassa tapahtuu viiveellä. Päivätason aineiston sijaan laskelmissa tulisi käyttää esimerkiksi kuukausitasolle aggregoitua aineistoa. Käytettävissä olevalla aineistolla kuukausitasoanalyysin tekeminen on kuitenkin vaikeaa, koska havaintojen lukumäärä on suurelle osalle tuotteista alhainen.

Toinen Tempon analyysien pääongelmista on laskelmien perustuminen ainoastaan yhden osapuolen laskutusdataan. Tavallisesti hintakorrelaatiotesteissä käytetään markkinatason aineistoa. Yhden yrityksen aineistoa käytettäessä hintatasojen korrelaatio voi johtua muista seikoista kuin edellä kuvatusta kysyntäpuolen hinta-arbitraasista. Yksi tällainen seikka voi olla se, että Uponor tai KWH koordinoi tietoisesti hinnoitteluaan eri markkina-alueilla. Hinnoittelusta vastaavat maajohtajat voivat myös itse seurata hinnoittelua naapurialueillaan. Yhden yrityksen sisällä myös kustannukset voivat vaihdella yhdenmukaisemmin kuin markkinoilla yleensä, ja yhtiön maineessa tai markkinoinnissa tapahtuvat muutokset voivat vaikuttaa kysyntään eri maissa samansuuntaisesti.

[...] tarkistuslaskelmat

Edellä esitettyjen ongelmien ohella Tempon [...] kärsivät myös perustavanlaatuisesta menetelmällisestä virheestä, jota kuvaillaan seuraavassa alaluvussa. Ennen Tempon analyysien yksityiskohtaista tarkastelua on kuitenkin toistettu



25.2.2013
Julkinen
versio

Tempon tekemät laskelmat osapuolilta saadun aineiston ja Tempon käyttämän [...] perusteella. Taulukossa 4 on esitetty tarkistuslaskelmien tulokset.

[...]

Taulukko 4: [...] tulosten tarkistuslaskelmat

Taulukko 4 poikkeaa Tempon alkuperäisistä tuloksista (Taulukko 3) Suomea ja Tanskaa sekä Ruotsia ja Tanskaa koskevien tulosten osalta. Tempo on sisällyttänyt [...] osalta kaikki mahdolliset [...], mutta [...] aineisto on rajattu koskemaan vain havaintoja, jolloin [...]. Taulukossa 4 esitetyt [...] on laskettu kaikille maapareille samalla tapaa kuin Tempon alkuperäisissä tuloksissa [...]. Muut tulokset pysyvät käytännössä entisellään.

Tulosten tulkinta

Tempon laskemiin [...] liittyvää ongelmaa on havainnollista tarkastella pistediagrammin avulla. Korrelaatiokerroin mittaa kahden muuttujan välistä lineaarista riippuvuutta. Mikäli kahden muuttujan välillä on täydellinen korrelaatio (korrelaatiokerroin saa arvon 1), pistediagrammin pisteet sijoittuvat samalle suoralle. Korkea positiivinen korrelaatio näyttäytyy (Kuvio 1a) siten, että pisteet keskittyvät saman nousevan suoran ympärille. Kun muuttujien välillä ei ole lineaarista riippuvuutta (korrelaatiokerroin on alhainen), pisteet hajoavat kuten Kuviossa 1b.

[...]

Kuvio 1(a): esimerkki otoksesta, jossa [...]

[...]

Kuvio 1(b): esimerkki otoksesta, jossa [...]

Tempon esittämät korrelaatiokertoimet kärsivät ns. ekologisesta virhepäätelmästä, joka johtaa näennäiseen (spurious) korrelaatioon.⁵ Tämä ongelma perustuu siihen, että samaan korrelaatiotestiin sisällytetään havaintoja useasta erillisestä ryhmästä, joiden keskiarvot ja/tai keskihajonnat ovat erisuuruisia. Tällöin

⁵ Ks. Robinson (1950)



25.2.2013
Julkinen
versio

koko aineistolle laskettu korrelaatiokerroin voi olla hyvinkin korkea, vaikka ryhmäkohtaiset korrelaatiokertoimet ovat alhaisia tai jopa negatiivisia. Käytännössä virhe tapahtuu, kun useampia Kuviossa 1 (b) esitetyn kaltaisia ryhmiä sisällytetään samaan testiin: koska ryhmien keskiarvot ovat erisuuruiset, havainnot asettuvat lähelle samaa suoraa, vaikka kunkin ryhmän korrelaatiokerroin on alhainen (Kuvio 2).

[...]

Kuvio 2: Esimerkki ekologisesta virhepäätelmästä

Kaikki Tempon raportissa raportoidut korrelaatiokertoimet kärsivät edellä kuvattua ongelmasta. Erityisesti Taulukkojen 3 ja 4 ensimmäisessä numerosarakkeessa raportoidut korrelaatiokertoimet, jotka perustuvat kaikkiin käytössä olleisiin hintapareihin, sisältävät havaintoja tuoteryhmistä, joiden keskihinnat ovat aivan erisuuruiset. Taulukossa 5 on raportoitu eri tuoteryhmien keskihinnat ja hintojen keskihajonnat.

[...]

Taulukko 5: [...] käyttämän päivätason aineiston [...]

Virasto esitti näennäiseen korrelaatioon liittyvän huolensa osapuolten asiamiehille 11.12.2012 pidetyssä tapaamisessa sekä [...] -puhelin keskustelussa. Tempon 18.12.2012 päivätyssä muistiossa kritisoidaan viraston esittämää näkemystä sillä perusteella, että [...]. Tämä kysymys on kuitenkin täysin erillinen edellä kuvattua ekologisen virhepäätelmän ongelmasta. Se, että virasto tarkastelee markkinoita jossain muussa yhteydessä myös laajemmalla tuoteryhmätasolla, ei validoi korrelaatiotestien käyttöä (minkäänlaisella) ryhmätasolla maantieteellisten markkinoiden määrittämiseksi. Ekologinen virhepäätelmä on riippumaton eri tuoteryhmien välisestä korvaavuudesta. Ongelma johtaa virheellisiin tulointoihin myös silloin, kun ryhmät ovat täydellisesti toisiaan korvaavia.

Kritiikistään huolimatta Tempo on laskenut lisäselvityksessään [...] kapeammin rajatuille ryhmille. Tarkastelun tulokset on tiivistetty Taulukossa 6. Vaikka näin lasketut [...] ovat selvästi matalammat kuin Tempon alkuperäisissä tuloksissa (Taulukko 2), Tempo esittää tulosten puoltavan edelleen käsitystä Suomea laajemmista markkinoista. Tempon argumentaation mukaan tähän riittää, että [...] ja tilastollisesti merkitsevä. Tulkinta vaikuttaa erikoiselta, kun otetaan huomioon, että hintasarjoihin vaikuttavat väistämättä jossain määrin myös sellaiset yhteiset tekijät kuin muoviraaka-aineen ja energian hinnat sekä inflaatio.

[...]

Taulukko 6: [...] tuotealaryhmäkohtaiset [...]

Korrelaatiotesteille ei ole samankaltaisia yleisesti käytettyjä kynnyksarvoja kuin esimerkiksi Herfindahl-indeksille tai edellä käsitellyille Elzinga-Hogarty -tunnusluvuille. Donathin (2009) mukaan markkinoita on kuitenkin vaikeaa pitää perustellusti yhtenä markkina-alueena, mikäli niiden hintatasojen välinen korrelaatiokerroin on alle 0.8. Froeb ja Werden (1993) esittävät käsityksensä, että heidän tarkastelemansa aineiston korrelaatiokertoimet, jotka vaihtelivat 0.40 ja 0.72 välillä, olisivat olleet korrelaatiotestejä voimakkaasti puoltaneiden Stiglerin ja Sherwinin (1985) mielestä todennäköisesti liian alhaisia tukemaan käsitystä laajemmasta markkina-alueesta.

Eräs tapa määrittää kynnyksarvo on ns. benchmarking -menetelmä, jossa kynnyksarvona käytetään kahden sellaisen alueen korrelaatiokerrointa, joiden voidaan varmuudella sanoa muodostavan erilliset markkinansa. Uponorin aineisto ei mahdollista tällaisen benchmarkin laskemista, koska se vaatisi dataa käytännössä Pohjoismaiden ulkopuolelta. Todettakoon kuitenkin, että Uponorin aineistosta voidaan poimia esimerkiksi tuotteet [...] (tarkastuskaivo) ja [...] (20 mm paineputki), jotka kuuluvat selvästi eri tuotemerkkinoille, ja joiden [...] [...] on tilastollisesti merkitsevä [...] ja perustuu 65 havaintoon Suomesta.⁶

Tässä raportissa ei ole kuitenkaan välttämätöntä vastata siihen, milloin korrelaatiokertoimet ovat riittävän korkeita, sillä Tempon uudetkin korrelaatiolaskelmat kärsivät edelleen vakavasta ekologisesta virhepäätelmästä. Taulukossa 7 on esitetty jokaisen Tempon uusiin testeihin sisällytetyn tuotteen [...] Suomen ja Ruotsin sekä Suomen ja Tanskan osalta. Tulokset osoittavat selvästi ekologisen virhepäätelmän olemassaolon, sillä kummallekin paineputkiryhmälle lasketut yhteiset [...] (Taulukko 6) poikkeavat täysin tuotekohtaisista [...], jotka eivät kuudessa tapauksessa yhdeksästä eroa [...]. Kahdessa tapauksessa [...] ovat tilastollisesti merkitseviä, mutta hyvin pieniä. Yhden paineputkityypin kohdalla [...] Suomen ja Tanskan välillä on [...], mutta tämä perustuu vain yhdeksään [...] (paineputkien [...] on yhteensä noin [...]).

[...]

*Taulukko 7: tuotekohtainen [...]. *) tilastollinen merkitsevyys 10% tasolla, (**) 5% tasolla, *** 1% tasolla*

⁶ Tämän benchmarkin valitseminen perustui muutamaa satunnaiseen kokeiluun. On hyvin todennäköistä, että aineistosta löytyisi myös [...] tuottavia tuotepareja.



25.2.2013
**Julkinen
versio**

[...]

Putkien valmistuksen muuttuvat kustannukset koostuvat hyvin suuressa määrin raaka-aineen hinnasta, minkä vuoksi olisi periaatteessa mahdollista, että muovin hinnan vaihtelut liikuttelevat hintatasoja samanaikaisesti eri maissa. Tällöin havaittu [...] kahden maan välillä ei liittyisi välttämättä lainkaan tuonnin tuomaan kilpailupaineeseen, vaan molemmissa maissa käytetyn tuotantopanoksen hintamuutoksiin. Tämän vaihtoehdon tarkastelemiseksi virasto on tutkinut Suomen ja Ruotsin paineputkimarkkinoiden hintatasojen osittaiskorrelaatiota käytämällä ilmoittajien toimittamaa [...]. Testiä varten Tempon käyttämä aineisto on muunnettu kuukausitasolle, sillä myös [...] koskeva aineisto on kuukausitaista.

Osittaiskorrelaatiotestissä maiden hintatasot regressoidaan ensin erikseen [...] vastaan, jonka jälkeen lasketaan regressioiden residuaalitermien välinen [...]. Tämä analyysi suoritettiin tulosten vertailukelpoisuuden vuoksi tuoteryhmätasolla, ja havaintojen vähäisyyden vuoksi pelkästään paineputkille. Regressioiden tulos oli yllättävä, sillä niiden mukaan paineputkien hintojen ja [...] (tai sen kuuteen kuukauteen asti viivästettyjen arvojen) välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää yhteyttä. Eräs mahdollinen syy tulokseen on yritysten vuosisopimuskäytäntö, jossa tuotteiden hintoja muutetaan käytännössä kerran vuodessa ennen vuosisopimusten solmimista.

Yhteenveto [...]

Tempon raportissa esitetyt hintakorrelaatiotestit eivät tarjoa minkäänlaista tukea hypoteesille, jonka mukaan Suomen ja Ruotsin tai Suomen ja Tanskan hintojen välillä olisi merkittävää korrelaatiota. Kaikki Tempon esittämät korrelaatiokertoimet perustuvat tuotteiden aggregointiin ryhmiin, minkä vuoksi tulokset kärsivät ns. ekologisesta virhepäätelmästä. Hintatasojen tarkastelu tuotetasolla viittaa siihen, ettei maiden hintatasojen välillä ole tilastollista riippuvuutta.

Hintatasojen yhtäläisyys

Edellä kuvatut hintakorrelaatiotestit pyrkivät mittaamaan hintatasojen kehittymisen yhtenäisyyttä eri maantieteellisillä markkinoilla. Korrelaatiotestien ohella toinen yleinen, joskin 1980-luvun jälkeen yhä harvemmin käytetty, hintoihin perustuva markkinamääritystesti on hintatasojen vertailu. Hintatasovertailujen taustalla on oletus, jonka mukaan kahden samoillemarkkinoille kuuluvan alueen hintatasot eivät voi erota toisistaan pitkiä aikoja merkittävästi, koska asiakkailla on mahdollisuus hankkia tuote sieltä, mistä sen voi ostaa edullisimmalla hinnalla (mahdolliset rahtikustannukset mukaan lukien). Hintatasojen yhtenäisyys on kuitenkin hyvin heikko laajempaa markkina-aluetta puoltava argumentti, koska kahden alueen hinnat voivat olla samansuuruiset myös muista syistä kuin alueiden välisen kilpailupaineen ansiosta. Tässä mielessä hintatasojen yhtä-



25.2.2013
Julkinen
versio

läisyyttä voidaan pitää jonkinlaisena välttämättömänä mutta ei-riittävänä ehtona laajemmalle markkina-alueelle.

Tempo esitti raportissaan [...].

[...]. Tämän perusteella Tempo esittää, että [...] (s. 20 Maantieteelliset markkinat -raportissa). Tulokset [...] olivat samansuuntaiset.

Hintaregressioiden arviointi

Tempon malli on väärin spesifioitu ja sen tulokset tulkittu väärin. Tempon regressioanalyysi on myös ristiriidassa Tempon omien hintakorrelaatiotestien kanssa.

Tempon regressiomalli on väärin spesifioitu, koska se ei testaa [...]. Estimointitulokset, joiden mukaan [...], eivät kerro mitään [...]. [...] arvoiksi saataisiin [...] myös tilanteessa, [...].

Mikäli Tempon käyttämä malli todella [...], saman lähestymistavan pitäisi toimia myös tuotekohtaisessa, kahden maan välisessä tarkastelussa. Tällöin [...]. [...]

[...]

[...].

Tempo on omassa raportissaan argumentoinut, että [...]. [...] yhteydessä tulkinta on kuitenkin muuttunut: tilastollisen yhteyden puuttuminen [...].

Edellinen keskustelu ei ole riippuvainen viraston tekemästä yksinkertaistavasta oletuksesta. Regressiomallissa, jossa on useampia selittäviä muuttujia, Ruotsin hinnan regressiokertoimen tulkinta on "kuinka paljon Suomen keskimääräinen hintataso nousisi, jos Ruotsin hinta nousisi eurolla, olettaen että muut selittävät tekijät pysyvät muuttumattomina". Hintakorrelaatiotestien perusajatuksena on, että hinnan noustessa yhdessä maassa hinta nousee myös muissa samaan relevanttiin markkina-alueeseen kuuluvissa maissa. Tempon regressiomallin perusteella Suomen hintataso ei muutu, jos hinta Ruotsissa muuttuu. Sen sijaan, että Tempon malli tukisi hypoteesia hintatasojen yhtäläisyydestä, se herättää lisää kysymyksiä hintatasojen välisen korrelaation heikkoudesta.



25.2.2013
Julkinen
versio

Vaihtoehtoinen regressiomalli

Puhelinkeskustelussa [...] keskusteltiin viraston esittämästä kriittisestä Tempon [...] kohtaan sekä [...] vaihtoehtoisesta mallinnustavasta. Virasto oli muokannut Tempon [...] suuntaan, joka vastasi paremmin mallilta esitettyä kysymystä ([...]). Tempon päivitetystä raportissa (18.12.2012) on esitelty käytännössä sama [...] tuloksineen. Viraston ja Tempon lähestymistapojen keskeisin ero vaikuttaa olevan havaintojen lukumäärässä, joka on Tempon raportissa selvästi alempi kuin viraston laskelmissa. Analyysien estimointitulokset ovat kuitenkin hyvin samankaltaiset, joten keskityn tässä vain Tempon tuloksiin.

Vaihtoehtoisessa regressiomallissa kaikkia hintahavaintoja käsitellään samalla tavalla siitä riippumatta, onko hinta Suomen vai jonkin muun maan markkinoilta. Hintaa selitetään maakohtaisilla dummy-muuttujilla (Suomi, Ruotsi ja Tanska), kuukausikohtaisilla aikadummyilla (yhteensä 36 kappaletta) sekä tuotekohtaisilla dummy-muuttujilla.

Mallin keskeinen ero Tempon alkuperäiseen malliin on se, että sillä voidaan estimoida eri maiden hintatasojen keskimääräinen erotus. Regressioissa jätetään pois yksi dummy-muuttuja jokaisesta dummy-kategoriasta, koska yksi maadummy on aina lineaarisesti riippuvainen kahdesta muusta dummystä. Jättämällä pois Suomen dummy-muuttuja muut maakohtaiset dummyt voidaan tulkita Suomen ja kyseisten maiden välisenä keskimääräisenä hintaerona.

Toinen ero Tempon alkuperäiseen malliin on kuukausidummyjen käyttö. Regressiomalli ei ole samalla tapaa riippuvainen aikaulottuvuudesta kuin korrelaatiotestit, koska aikaa voidaan kontrolloida helposti kuukausidummyilla. Tämä lähestymistapa sallii myös huomattavasti suuremman aineiston hyödyntämisen, mikä tarkoittaa estimaatteja merkittävästi.

Tempon päivitetyn [...] tulokset on raportoitu 18.12.2012 päivätyn muistion taulukoissa 5a ja 5b. Tempon tulosten pääasiallinen muutos Maatieteelliset markkinat -raportin virheellisen mallin tuloksiin verrattuna on, että [...]. Edellä on todettu, että [...] on luonteeltaan välttämätön mutta ei-riittävä ehto laajemmalle markkina-alueelle. Tempon analyysin (ja viraston vastaavien regressioanalyysien) perusteella Tanska ei kuulu samoille maantieteellisille markkinoille kuin Suomi.

Ruotsin suhteen [...] tulokset eivät ole yhtä yksiselitteiset. Tempo esittää mallistaan kaksi variaatiota: ensimmäisessä selitetään [...]. Tempo toteaa yhteenvetonaan, että koska [...]. Tempon estimoiden [...] perusteella vaikuttaa kuitenkin vaikealta sulkea pois mahdollisuutta, että viettoviemärijärjestelmien hinnat ovat selvästi korkeammat ja hulevesijärjestelmien hinnat selvästi alemmat Ruotsissa kuin Suomessa. Lisäksi kaapelinsuojaputkien ja kiinteistöviemäreiden hinnat vaikuttavat [...] alemmilla Ruotsissa kuin Suomessa. Kaikissa näissä tuote-

25.2.2013
Julkinen
versio

ryhmissä estimoidut kertoimet ovat taloudelliselta merkitykseltään (economic significance) suuria (prosenttiero hinnoissa yli 10% logaritmimallissa) ja tilastollisesti merkitseviä jommassakummassa malleista.

Lisäksi on syytä kiinnittää huomiota siihen, että Ruotsin ja Tanskan välillä on myös tilastollisesti merkitsevä hintaero kaikissa tuoteryhmissä.⁷ Tämän perusteella Ruotsi ja Tanska kuuluisivat eri markkina-alueisiin. On pidettävä epätoiminnakkoisena, että tuotteiden kuljetuskustannukset olisivat suuremmat Tanskan ja Ruotsin kuin Suomen ja Ruotsin välillä. Tästä syystä myös näkemykseen, jonka mukaan [...], on suhtauduttava epäilyksellä.

Alueiden välisten hintaerojen stationaarisuustarkastelu

Hintatasojen vertailuun perustuvaa markkinamäärittelyä on kritisoitu laajasti (Baker 2007, Froeb ja Werden 1993, Motta 2004). Kuten edellä on jo todettu, kahden alueen hinnat voivat olla hyvin samankaltaiset, vaikka hintojen välillä ei olisi sellaista kilpailupaineen luomaa yhteyttä, jota hintatasojen vertailulla pyritään kuvaamaan. Tämä huolenaihe on erityisen olennainen tässä yhteydessä, koska aiemmin käsitellyt hintakorrelaatiotestit eivät tue käsitystä hintojen välisestä riippuvuussuhteesta.

Hintatasoanalyysia voidaan täydentää tarkastelemalla hintatasojen suhteen stationaarisuutta. Kahden hintasarjan välisen suhteen voidaan sanoa olevan stationaarinen, mikäli se vaihtelee satunnaisesti tietyn vakion ympärillä. Testin perusajatuksena on, että mikäli alueet kuuluvat samoille markkinoille, niiden hinnat eivät voi erota toisistaan pitkiä aikoja. Koska asiakkailla on mahdollisuus vaihtaa edullisempaan tuotteeseen, kysyntä vähenee kalliimmalla alueella ja kasvaa edullisemmalla alueella, minkä seurauksena hintaerot tasaantuvat ajan kuluessa.

Stationaarisuustestien etu korrelaatiotesteihin verrattuna on muun muassa se, että ne ovat vähemmän herkkiä edellä kuvatulle näennäisen korrelaation ongelmalle. Erityisesti stationaarisuusanalyysin vahvuutena voidaan pitää sitä, etteivät esimerkiksi kahdelle maalle yhteiset tuotantopanosten hintaan liittyvät shokit aiheuta systemaattisia harhapäätelmiä. Lisäksi hintakorrelaatiotestit voivat johtaa liian alhaisiin arvioihin hintojen välisestä positiivisesta korrelaatiosta, jos hintatasojen sopeutuminen vie aikaa. Stationaarisuustestit eivät kärsi tästä ongelmasta, koska testeissä tarkastellaan nimenomaan hintojen sopeutumista yli huomattavasti pitempien ajanjaksojen.

Uponorin aineiston havaintojen niukkuudesta johtuen varsinainen tilastollinen stationaarisuusanalyysi on haastava toteutettava. Kahden hintasarjan suhteen

⁷ Toistin [...] niin, että maadummyjen perusluokkana oli Ruotsi. Tällöin Tanskan maadummyyn kerroin voidaan tulkita Ruotsin ja Tanskan väliseksi hintaeroksi. Hulevesijärjestelmissä Tanskan hintataso oli vain heikosti tilastollisesti (10% tasolla) suurempi kuin Ruotsissa.



25.2.2013
Julkinen
versio

stationaarisuutta voidaan kuitenkin tarkastella myös visuaalisesti (ks. esim. Donath 2009). Hintatasojen suhdetta voidaan pitää stationaarisena, mikäli se ei poikkea keskiarvostaan yhtäjaksoisesti usean periodin ajan, eikä käyttäydy trendinomaisesti (laske tai nouse systemaattisesti). Niissä tuotteissa, joille Uponorin aineistossa oli riittävästi havaintoja, visuaalinen tarkastelu on riittävä, koska tarkasteltavissa aikasarjoissa on hyvin selkeitä trendejä.

Kuviot 4-8 esittävät eri tuotteiden Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhteen kehitystä vuosina 2009-2011. Hintahavaintona on käytetty hinnan kuukausikeskiarvoa. Mikäli maiden hintatasojen kuukausikeskiarvot ovat olleet samat, hintasuhte saa arvon 1. Jos arvo on tätä suurempi, Suomen hinta on ylittänyt Ruotsin hintatason. Analyysi on rajattu myyntiin tukku- ja vähittäisliikkeille niissä tuotteissa, joissa kuukausikeskiarvo oli laskettavissa vähintään 30 kuukaudelle (tarkastelujaksossa on yhteensä 36 kuukautta).

[...]

Kuvio 4: Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhde alle 32 mm:n paineputkille [...] vuosina 2009-2011

[...]

Kuvio 5: Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhde 40-63 mm:n paineputkille [...] vuosina 2009-2011

[...]

Kuvio 6: Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhde keskikokoisille viettoviemäriputkille [...] vuosina 2009-2011

[...]

Kuvio 7: Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhde kiinteistöviemäriyhteille [...].

[...]

Kuvio 8: Suomen ja Ruotsin hintatasojen suhde kiinteistöviemäriyhteille [...]

Paineputkien (Kuviot 4 ja 5) hintasuhte on selvästi epästationaarinen (mikä viittaisi erillisiin markkina-alueisiin), sillä kaikissa tarkasteluun sisällytetyissä tuotteissa hintasuhteessa on laskeva trendi. Toisaalta on myös huomattava, että hintasuhte on vakiintunut kaikissa tuotteissa otoksen jälkimmäisellä puoliskolla melko lähelle yhtä. Toisin sanoen Suomen ja Ruotsin hintatasot vaikuttavat lähestyneen toisiaan erityisesti vuoden 2010 puolivälistä vuoden 2011 loppuun. Markkinamäärityksen kannalta on keskeistä kysyä, miksi hintatasot ovat olleet alun perin niin erilaisia, ja minkä vuoksi ne ovat alkaneet lähestymään toisiaan?



25.2.2013
Julkinen
versio

Paineputkissa ei esiinny todellisia kauppavirtoja, joten kilpailupaine on voinut vaikuttaa hintoihin vain potentiaalisen tuonnin (Ruotsista Suomeen) välityksellä. Potentiaalisen tuonnin merkitystä voi lisätä esimerkiksi rahtikustannusten aleneminen. Koska kuljetuskustannusten laskusta ei kuitenkaan ole minkäänlaista evidenssiä, vaikuttaa todennäköisemmältä, että paineputkien hintatasojen yhtenäistyminen johtuu jostain muusta tekijästä. Lisäksi on huomattava, että Kuvioden 4 ja 5 aikasarjojen käytös otoksen alussa viittaa siihen, että Suomen ja Ruotsin hintatasot voivat poiketa toisistaan hyvinkin merkittävästi pitkiä ajanjaksoja.

Keskikokoisten viettoviemäreiden (Kuvio 6) hintasuhte vaikuttaa ensin laskevan, sitten nousevan ja kääntyvän taas lopulta laskuun. Sarjan tarkastelu on tosin vaikeaa siinä esiintyvien voimakkaiden, mahdollisesti aineiston puutteellisuuteen liittyvien shokkien vuoksi. Lisäksi Suomen ja Ruotsin hintatasot ovat kyseisissä tuotteissa tilastollisesti merkitsevästi erisuuruiset (Suomen hinta on keskimäärin 16% alempi tuotteelle [...] ja 12% alempi tuotteelle [...]). Tämän tarkastelun perusteella keskikokoisten viettoviemäreiden hintasuhte on epästationaarinen, mikä tukee käsitystä siitä, että Suomi ja Ruotsi kuuluvat eri markkina-alueisiin.

Kiinteistöviemäriyhdytteiden hintasuhteessa (Kuvio 7) on havaittavissa aluksi selvä laskeva trendi, joka vaihtuu vuoden 2011 alussa nousevaksi trendiksi. Hintasuhte on epästationaarinen, mikä viittaa erillisiin markkina-alueisiin.

Edellä kuvatun visuaalisen tarkastelun ohella virasto on tutkinut hintasuhteiden aikasarjojen stationaarisuutta myös formaalin ns. GLS-pohjaisen Dickey-Fuller -testin (ks. Elliott et al. 1996 ja Hosken & Taylor, 2003) avulla. Testiä voidaan soveltaa vain niille tuotteille (paineputket [...] ja kiinteistöviemäriyhdytteet [...]), joista on käytettävissä keskeytyksetön aikasarja. Testitulosten perusteella yksikään testatuista aikasarjoista ei ole stationaarinen, mikä tukee aiempaa, visuaaliseen tarkasteluun perustuvaa johtopäätöstä näiden tuotteiden erillisistä markkina-alueista.⁸

Rahtikustannukset

Infrastructure-tuotteiden rajakustannuksesta ylivoimaisesti suurin osa, jopa yli [80] prosenttia, koostuu muoviraaka-aineen hinnasta. Koska raaka-ainekustannukset ovat toimijoille samankaltaiset, yrityksille jää vain vähän mahdollisuuksia kilpailla toisiaan vastaan rajakustannuksiin supistamalla. Tästä syystä kuljetuskustannukset ovat infrastructure-markkinoilla keskeisessä roolissa.

⁸ DF-GLS-testi laskettiin hintasuhteen logaritmilta neljällä ja kahdeksalla viiveellä. Testitulosten perusteella kaikissa testatuissa aikasarjoissa on yksikköjuuri, eli aikasarjat ovat epästationaarisia. Formaalin testin luotettavuus pieniä otoskokoja käytettäessä on kyseenalainen, minkä vuoksi tässä tarkastelussa on korostettu visuaalisen arvioinnin merkitystä.



25.2.2013
Julkinen
versio

Kuljetuskustannuksia voidaan periaatteessa käyttää yksinkertaisen SSNIP-testin toteutuksessa. Maantieteellisten markkinoiden laajuutta koskeva kysymys voidaan silloin muotoilla seuraavasti: kuinka kaukaa Suomeen kannattaisi tuoda tuotteita, mikäli yrityskaupassa syntyvä yhteenliittymä nostaisi hintojaan 5-10%. Tempon estimaattien mukaan kuljetuskustannusten osuus tuotteiden myyntiarvosta vaihtelee [...] prosenttien välillä. Tämän perusteella Tempo esittää SSNIP-testinään, etteivät osapuolet kykenisi nostamaan hintojaan kannattavasti 5-10 prosenttia, koska hinnannousu olisi riittävä tekemään tuonnin Ruotsista ja Tanskasta kannattavaksi.

Tempon näkemys kuljetuskustannuksiin perustuvasta SSNIP-testistä on yksinkertaistava. Ajatus siitä, että tuonti tekisi 5-10% hinnankorotuksesta kannattamattoman, perustuu oletukseen, jonka mukaan ruotsalaisten ja tanskalaisten tuottajien kannattaa lisätä tuotantoaan välittömästi, jos Suomen hintataso nousee. Erityisesti niissä tuoteryhmissä, joissa ei esiinny tällä hetkellä tuontia, on mahdollista, että ulkomaisten valmistajien kustannukset ovat selvästi korkeammat kuin suomalaisilla yrityksillä. Tällöin pelkkä 5-10% hinnannousu ei tee näistä yrityksistä kilpailullisia, vaikka kuljetuskustannukset olisivat hyvinkin alhaiset.

Osalla tuontiin kannattavasti pystyvistä yrityksistä (erityisesti Pipelife ja Wavin) on jo toimintaa Suomessa. Osapuolten aikaansaama hinnankorotus hyödyttäisi myös kyseisiä yrityksiä. Kuten raportin kauppavirtoihin keskittyneessä luvussa on keskusteltu, keskittymän kanssa kilpaileva yritys saattaa vastata hinnannousuun lisäämällä tuontiaan hieman, mutta sen ei ole kannattavaa lisätä tuontiaan täysimääräisesti, koska tuonnin vaikutus Suomen hintaan laskisi sen olemassa olevan kapasiteetin kannattavuutta.

Tuotteiden maahantuonnille voi olla myös muita esteitä ja kustannuksia kuin pelkät rahtikustannukset. Ulkomaisen yrityksen saattaa olla vaikeampaa luoda suhdetta suomalaiseen tukkuriin. Lisäksi tuonti kapea-alaisesti vain niissä tuoteryhmissä, joissa Suomen hintataso ja kuljetuskustannukset tekevät tuonnista kannattavaa, voi olla vaikeaa, jos tukkuri vaatii yritykseltä laajaa tuotevalikoimaa. Tuontituotteiden lanseeraaminen Suomen markkinoille vaatii myös investointeja, jos tuontiyrityksen on markkinoitava tuotettaan asiakkaille ja tukkuille tai esimerkiksi koulutettava tukkuliikkeen myyjiä. Suurimittainen tuonti vaatii myös, että valmistusmaassa on riittävästi kapasiteettia tuotannon lisäämiseen.

Rahtikustannusarvioiden vertailu

Tempon raportissa arvioidaan [...]. Koska rahdin hinta on sama kuljetuksen sisällöstä riippumatta, rahtikustannukset ovat suhteellisesti sitä edullisemmat, mitä arvokkaampi lasti tuodaan. Halkaisijaltaan suuremmat putket vievät enemmän tilaa, joten niiden tuominen on suhteellisesti kalliimpaa.



25.2.2013
**Julkinen
versio**

Virasto on selvittänyt rahtikustannusten suuruutta myös muilta markkinatoimijoilta. Pipelifen mukaan täysperävaunullisen rekan tuominen Ruotsista (Ölsremma/Ljung) Etelä-Suomeen maksaa [...] euroa. Wavinin mukaan kustannus vaihtelee [...] euron välillä lähtöpaikasta (Borås, Hammel, Eskilstuna) riippuen. Sekä Pipelife että Wavin ovat käyttäneet arvioissaan yleensä alhaisempaa rahdin arvoa kuin Tempo, minkä vuoksi niiden suhteelliset rahtikustannukset ovat huomattavasti korkeammat kuin osapuolten ilmoittamat. Kuviossa 9 ja Taulukossa 8 on verrattu Uponorin ja Wavinin suhteellisia rahtikustannuksia tuoteryhmittäin. Pipelifen suhteelliset rahtikustannukset ovat liikesalaisia.

[...]

Kuvio 9: Uponorin (Tempo) ja Wavinin arviot suhteellisista kuljetuskustannuksista Ruotsista tai Tanskasta Etelä-Suomeen.

Tuoteryhmä	Uponor	Wavin
Paineputket	[...] %	[...] %
Paineputkien yhteet	[...] %	[...] %
Hulevesijärjestelmät	[...] %	[...] %
Kiinteistöviemäriputket	[...] %	[...] %
Kiinteistöviemäriyhteet	[...] %	[...] %
Pienet viettoviemäriputket	[...] %	[...] %
Keskikokoiset viettoviemäriputket	[...] %	[...] %
Viemäriputkien yhteet	[...] %	[...] %
Kaapelisuojausjärjestelmät	[...] %	[...] %
Kiinteistökohtaiset panospuhdistamot	[...] %	[...] %

Taulukko 8: Eri toimijoiden esittämät arviot rahtikustannuksista Ruotsista tai Tanskasta Etelä-Suomeen prosentteina myyntihinnasta.

Taulukossa esitettyjen tietojen lisäksi Saint-Gobain kiinnitti huomiota selvityspyynnössä osapuolten alhaisiin arvioihin kuljetuskustannuksista ja kertoi, että "putkien kuljetuskustannukset ovat helposti [...] % tuotteen kustannuksista". Meltex ei harjoita juuri tuontia, mutta arvioi maaviemäreiden osien tuontirahdin olevan selvästi kalliimpaa kuin osapuolet arvioivat.

Edellä esitetyn vertailun perusteella osapuolten arviot tuonnin kustannuksista ovat selvästi alemmat kuin muilla toimijoilla. Kiinteistöviemäriputkia ja kaapelisuojausjärjestelmiä lukuun ottamatta kilpailijoiden arviot ovat tyypillisesti vä-



25.2.2013
Julkinen
versio

hintaan [...] % suuremmat kuin osapuolten. Monessa tuoteryhmässä ero on moninkertainen.

Rahtikustannukset kotimaassa

KWH:n toimitusjohtaja Peter Höglund toteaa Talouselämä-lehden haastattelussa 26.9.2012 "Putkia ei kannata kuljettaa pitkiä matkoja, sillä rahat syövät katteen. Kannattavuus alkaa kadota kun matkaa kertyy yli 500 kilometriä."

Kuljetuskustannukset vaikuttavat yritysten kilpailuasetelmaan myös kotimaan sisällä. Kuvio 10 esittää osapuolten suhteellisia markkinaosuuksia maakunnittain. Kuvio on laadittu osapuolten toimittaman transaktioaineiston perusteella. Karttakuvassa on merkitty keltaisella värillä ne maakunnat, joissa KWH:n myynti on vähintään 50% suurempi kuin Uponorin myynti ja sinisellä ne maakunnat, joissa Uponor on vähintään 50% suurempi kuin KWH. Uponorin putkitehtaat Nastolassa, Forssassa ja Virroilla (Jita Oy) on merkitty karttaan rasteilla, KWH:n tehtaat Vaasassa ja Ulvilassa ympyröillä.

Kartta tukee käsitystä, jonka mukaan myös kotimaan markkinat ovat jakautuneet osapuolten tehtaiden sijainnin mukaisesti: [...].

[...]

Kuvio 10: Uponorin ja KWH:n suhteelliset markkinaosuudet maakunnittain v. 2011 ja osapuolten tehtaiden sijainti. Kuvion selitys tekstissä. Lähde: osapuolten toimittama [...].

Osapuolten kotimaan kuljetuskustannukset ovat pääteltävissä myös osapuolten virastolle toimittamista tuloslaskelmaotteista. Tuloslaskelmatietoihin liittyneessä saatesähköpostissa (Asiamies, 13.2.2013) todetaan:

[...].

KWH:n tuloslaskelmaotteen perusteella sen kotimaan kuljetuskustannukset ovat monessa tuoteryhmässä verrannolliset osapuolten ilmoittamiin Ruotsin ja Tanskan kuljetuskustannuksiin: esimerkiksi hulevesijärjestelmissä KWH:n kotimaan kustannus on tuloslaskelman perusteella [...] %- liikevaihdosta, kun osapuolten ilmoittamat tuontikustannukset olivat [...] %. Uponorin tuloslaskelmassa hulevesijärjestelmien kotimaiset rahtikustannukset ovat [...] %

Koska Ruotsin ja Tanskan tuonnin kuljetusmatka on huomattavasti pidempi kuin keskimääräinen kotimaan kuljetus, ja koska tuontiin liittyy merikuljetus, tulisi tuontikustannusten olla selvästi korkeampia kuin kotimaan kuljetuskustannusten. Tätä taustaa vasten osapuolten [...] % arvio Uponorin ulkomaan rahdista ja tuloslaskelman [...] % arvio kotimaan rahtikustannuksista vaikuttavat ristiriitaisilta. Ulkomaan kuljetukset saattavat olla tehokkaampia suurempien rekkakokojen ja arvokkaampien lastien vuoksi, mikä voi osaltaan selittää edel-



25.2.2013
Julkinen
versio

listä havaintoa. Muiden markkinatoimijoiden ilmoittamien tuontikustannusten valossa vaikuttaa kuitenkin todennäköiseltä, että osapuolten ilmoittamat tuontirahdit aliarvioivat todellisia kustannuksia.

Yhteenveto

Tempo Economicsin mukaan infrastruktuurituotteiden markkinat ovat ylikansalliset kaikissa muissa tuoteryhmissä kuin salaojissa, kaivoissa ja suurimmissa viemäriputkissa. Tempon mukaan keskittymän ei kannata nostaa hintojaan, koska osapuolet häviäisivät silloin markkinaosuuttaan tuontiyrityksille.

Tämän raportin tuloksia arvioitaessa on tärkeää muistaa, että yrityskauppa ei tule johtamaan sellaisiin tehokkuushyötyihin, joilla olisi hintoja laskeva vaikutus (ks. Tehokkuushyödyt-liite). Tämän takia tarkastelun lähtökohtana on pidettävä sitä, että tuonnin on pystyttävä kumoamaan täysin keskittymän mahdollinen hinnannosto.

Tässä raportissa on todettu Tempon pääargumentin, [...], perustuvan huomattavaan tuontilukujen yliarviointiin. Viraston muilta markkinaosapuolilta saamiin arvioiden valossa tuonti muodostaa merkittävän osan kotimaisesta kulutuksesta vain putkien yhteissä. Tempon analyysin toinen peruspilari, [...], kärsii vastaavasta ongelmasta. Kilpailijoiden arviot kuljetuskustannuksista ovat merkittävästi suurempia kuin osapuolten raportoimat tiedot. Lisäksi osapuolten arviot ulkomaan rahtikustannuksista ovat ristiriidassa osapuolten tuloslaskelmissa ilmoitettujen kotimaan kuljetuskustannusten kanssa.

Virasto on eri mieltä osapuolten kanssa siitä, että Pipelifen Haaparannan tehtaan tuonti voitaisiin rinnastaa tuontiin muualta ulkomailta. Haaparannan tehdas sijaitsee Suomen rajalla lähellä Pipelifen perinteistä toimialuetta. Haaparannan jälkeen seuraavaksi lähimmät tehtaat sijaitsevat käytännössä Etelä-Ruotsissa. Pipelifen ilmoittamien tietojen mukaan rahtikustannukset Etelä-Ruotsista ovat moninkertaiset verrattuna Haaparantaan.

Haaparannan tuonnilla ei ole ratkaisevaa merkitystä maantieteellisten markkinoiden määrittelyssä. Tärkeämpää on huomata, että lähes kaikki Pohjoismaissa ja Baltiassa sijaitsevat suuret putkitehtaat ovat joko osapuolten, Pipelifen tai Wavinin hallussa. Kaikki nämä yritykset tulevat hyötymään keskittymän hinnannostosta. Pipelifella ja Wavinilla ei ole kannustimia kasvattaa tuontiaan niin paljon, että se kumoaisi kokonaan hinnannoston. Kauppavirtojen tarkastelu pystyy antamaan vain staattisen tilannekuvan, ei ennustetta siitä, kuinka tuonti tulee muuttumaan hinnannoston seurauksena.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto on lisäksi omissa tutkimuksissaan todennut, etteivät Tempon tilastolliset analyysit tue käsitystä Suomea laajemmista markkinoista. Tässä raportissa on argumentoitu, ettei hintakorrelaatioanalyysia voida käyttää



25.2.2013
Julkinen
versio

useiden tuotteiden yhtäaikaiseen tarkasteluun ns. ekologisen virhepäätelmän vuoksi. Kun korrelaatiokertoimet lasketaan tuotetasolla, saatu tulos on päinvastainen kuin Tempon analyyseissa: Suomen, Ruotsin ja Tanskan hintatasojen välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää positiivista korrelaatiota, puhumattakaan korrelaatiosta, joka ylittäisi hintakorrelaatiotesteissä yleensä sovelletut kynnyksarvot.

Tempon [...] vastaa Kilpailu- ja kuluttajaviraston omaa mallia, mutta Tempon ja viraston tulkinnat tuloksista poikkeavat toisistaan. Virasto ja Tempo ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että Tanskan hintataso on merkittävästi Suomen hintatasoa korkeampi. Ruotsin ja Suomen hintaeron osalta regressiomallin tulokset eivät anna yksiselitteistä vastausta. Kysymys on kuitenkin jossain määrin irrelevantti, sillä hintatasotestien arvo maantieteellisten markkinoiden määrittelyssä on kyseenalainen. Vaikka hintatasot olisivat kahdessa maassa samankaltaiset, sen perusteella ei voida tehdä johtopäätöksiä siitä, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet hintatasojen muodostumiseen. Hintatasot voivat olla yhtenäiset myös ilman kilpailupaineen ohjaavaa vaikutusta. Tästä syystä hintatasojen yhtäläisyys on luonteeltaan ennemminkin välttämätön kuin riittävä ehto maantieteellisesti laajemmalle markkina-alueelle.

Virasto on edellä kuvattujen tilastollisten testien lisäksi tarkastellut Suomen ja Ruotsin hintatasojen välisen suhteen käytöstä yli ajan. Tarkastelu suoritettiin aineiston asettamien rajoitteiden vuoksi tosin vain suppeahkolle joukolla Uponorin tuotteita. Tulosten perusteella hinnat eroavat toisistaan pitkiä ajanjaksoja ja hintasuhteessa on havaittavissa selviä, epästationaarisuuteen viittaavia trendejä. Mikäli maat kuuluisivat samoille maantieteellisille markkinoille, tällaiset pitkäaikaiset hintaerot ja trendit eivät olisi mahdollisia, koska viennin ja tuonnin tuoma kilpailupaine tasaisi hinnat nopeammin.

Osapuolten toimittama ja Tempon käyttämä tilastoaineisto on pitkälti riittämätön perusteellisen maantieteellisen markkinamäärittelyn tekemiseksi. Tempon analyysien kriittinen tarkastelu ja viraston omat tilastolliset tutkimukset eivät tue käsitystä Suomea laajemmista infrastructure-markkinoista. Ainoana poikkeuksena tästä voidaan pitää putkien yhteitä, joissa olemassa olevat kauppavirrat sekä alhaiset rahtikustannukset puoltavat näkemystä laajemmista markkinoista.

Lähteet

Baker, J. (2007). "Market Definition: An Analytical Overview", 74 *Antitrust L.J.* 129.

Donath, D. (2009). "The use of pricing analysis for market definition purposes: the Arjowiggins/M-real Zanders Reflex and Arsenal/DSP mergers", *Competition Policy Newsletter* 1/2009.



Liite 1
Dnro 661/14.00.20/2013

23 (23)

25.2.2013
Julkinen
versio

Elliott, G., Rothenberg, T., and Stock, J. (1996). "Efficient tests for an autoregressive unit root", *Econometrica*, 64, 813-836.

Elzinga, K. & Hogarty, T. (1973). "The Problem of Geographic Market Definition in Antitrust Suits", *Antitrust Bulletin*, 18.

Hosken, D., & Taylor, C. T. (2004). Discussion of "Using Stationarity Tests in Antitrust Market Definition", *American Law and Economics Review*, 6(2), 465-475.

Muotoiltu: suomi

Werden, G. ja Froeb, L. (1993). "Correlation, Causality, and All that Jazz: The Inherent Shortcomings of Price Tests for Antitrust Market Delineation". *Review of Industrial Organization*, 8, pp. 329-353.

Motta, M. 2004. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Robinson, W. S. (1950): "Ecological correlations and the behavior of individuals". *American Sociological Review*, 15 (3), 351-357.

Stigler, G. J., ja Sherwin, R. A. (1985). "The Extent of the Market." *Journal of Law and Economics*, 28, 555-86.

25.2.2013
Julkinen

KWH/Uponor -yrityskauppa: tehokkuushyödyt

Tempon muistio

Tempo Economicsin Tehokkuushyödyt-muistiossa käsitellään yrityskauppaan liittyviä kustannussäästöjä. Tempon mukaan kauppa johtaa [...] euron säästöihin [...]. Kustannussäästöjen on määrä syntynyt [...].

Tempo ei esitä, että yritysjärjestely johtaisi hintojen laskemiseen. Tehokkuushyödyt-muistiossa todetaan sekä [...]. Lisäksi muistiossa mainitaan (s. 11) kaikkien [...].

Kuitenkin Tempon 21.8. päivätyn muistion viimeisessä tekstikappaleessa arvelaan, että "[...]". Myöhemmässä Tehokkuushyödyt-raportissaan Tempo kuitenkin toteaa, ettei [...] (s.11).

Tehokkuusedut yritysjärjestelyn arvioinnissa

Kilpailuviraston yrityskauppoja koskevissa suuntaviivoissa todetaan, että yrityskaupan aiheuttamia kilpailuvaikutuksia arvioitaessa voidaan ottaa huomioon myös yrityskaupan seurauksena syntyvä tehokkuuden lisääntyminen. Jotta tehokkuusetuja voitaisiin käyttää yrityskaupan hyväksymistä puoltavana seikkana, niiden on muun muassa oltava suoraa seurausta yrityskaupasta. Lisäksi etujen on esimerkiksi välityttävä kuluttajille tai asiakkaille. Suuntaviivojen mukaan tehokkuusetujen on oltava yleensä sitä merkittävämmät, mitä huomattavampia ovat yrityskaupasta aiheutuvat kilpailunvastaiset vaikutukset.

Tempon analyysin mukaan yrityskaupan tehokkuushyödyt [...]. Koska tehokkuushyödyt kohdistuvat vain [...], ne eivät vaikuta yrityksen hinnoitteluun. Tästä syystä hintataso ei laske yritysjärjestelyn seurauksena, eivätkä synergiahyödyt välity asiakkaille. Jotta yrityskaupan synergiaedut välittyisivät hintatasoon, niiden tulisi kohdistua keskittymän muuttuviin kustannuksiin (ks. esim. Motta 2004, s. 241, Bishop ja Walker 2010, s. 414).

Hintakustannusmarginaalin ja markkinaosuuden välinen yhteys

Tempon muistioissa (Kilpailuvaikutukset ja Tehokkuushyödyt) on esitetty havainto, jonka mukaan [...]. Toisin sanoen, [...]. Löydös on jossain määrin yllättävä, koska korkean markkinaosuuden ajatellaan tarkoittavan myös korkeaa markkinavoimaa, joka taas liitetään korkeisiin hinta-kustannusmarginaaleihin. Esimerkiksi perinteisessä Cournot-mallissa hinta-kustannusmarginaali on suoraan riippuvainen yrityksen markkinaosuudesta ja käänteisesti riippuvainen kysynnän hintajousta (ks. Tirole 1988, s. 219).

25.2.2013
Julkinen

Tempo ei suoranaisesti esitä, [...]. Tämä olisi myös ristiriidassa sen kanssa, että Tempon mukaan yrityskauppa [...] (Tehokkuushyödyt, luku 2.5). Sen sijaan Tempo käyttää löydöstään tukemaan väitettä, jonka mukaan [...].

Tempo on itse analysoinut Tehokkuushyödyt-muistiossa syitä [...] ja löytänyt sille kolme mahdollista selitystä. Ensimmäisen selityksen mukaan [...]. [...].

Tempon ensimmäinen hypoteesi vaikuttaa keskeneräiseltä, minkä vuoksi sitä on vaikea kommentoida. Argumentti ei vaikuta eroavan konkreettisesti normaalista tehokkuusetupuolustuksesta. Kuten edellä on todettu, yrityskaupan tehokkuusetujen tulisi kohdistua keskittymän muuttuviin kustannuksiin, jotta ne vaikuttaisivat keskittymän hintoihin.

Tempon toinen ja kolmas argumentti ovat luonteeltaan keskenään samankaltaisia. Yritysten [...] vaikuttaa joukko tekijöitä, joista markkinarakente on vain yksi muiden joukossa. Toinen mahdollinen tekijä on Tempon näkemyksen mukaisesti asiakaskunnan koostumus, joka vaikuttaa taloustieteellisessä mielessä tuotteiden kysyntään. Havainto [...], ei todistettu syy-seuraussuhde. Jotta Tempon argumentti olisi looginen, sen olisi pystyttävä perustelemaan, miksi markkinavoimaa hillitsevät tekijät ovat voimakkaimmillaan juuri niissä tuoteryhmissä, [...]. Tempon raporteissa ei ole pyritty vastaamaan tähän kysymykseen.

[...] perustuva Tempon toinen hypoteesi ei ole relevantti yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioinnissa. Tietyn tuoteryhmän [...] on pitkälti ennalta määrätty ja hitaasti muuttuva tekijä, johon yrityskaupalla ei ole vaikutusta. Keskittymä tulee kohtaamaan saman [...] kuin ennen yrityskauppaakin. [...] markkinavoimaa hillitsevänä tekijänä ei muutu yrityskaupassa, mutta keskittymän markkinavoima kasvaa, koska sen kohtaama kilpailupaine vähenee.

Tempon kolmas argumentti on ristiriidassa Tempon 21.8. päivätyssä raportissaan esittämän [...] kanssa. Tempon raportin mukaan kilpailu infrastructure-markkinoilla muistuttaa [...]. [...] Tempo viittaa kuitenkin toistuvasti [...]. Tempon kolmannen hypoteesin mukaan [...]. Argumentti on johdonmukainen sellaisen mallin kanssa, jossa yritysten tuotteet ovat differoituja ja yritysten strateginen valintamuuttuja on hinta [...]. Tässä mallissa [...].

Myös tuotteiden ominaisuudet ja sen vuoksi tuoteryhmien kustannusrakenteet ovat riippumattomia yrityskaupan toteutumisesta. Tästä syystä keskittymän mahdollisuus nostaa hintoja kasvaa kaikissa tuoteryhmissä.

Yhteenveto

Tempon mukaan yritysjärjestelyllä ei ole vaikutusta [...]. Kustannussäästöt syntyvät [...]. Koska yrityskauppa ei laske hintoja, sen tehokkuusetujen ei voida katsoa välittyvän asiakkaille.

25.2.2013
Julkinen

Tempo on esittänyt myös, että infrastructure-markkinoilla [...]. Infrastructure-tuoteryhmät poikkeavat toisistaan esimerkiksi asiakaskuntiensa rakenteen sekä tuotteiden valmistusprosessin vuoksi. Nämä tekijät vaikuttavat osaltaan yritysten [...]. Tämä ei kuitenkaan poissulje valmistajien markkinavoiman vaikutusta tuotteiden hinnoitteluun. Koska edellä mainitut tekijät eivät muutu yrityskauppan seurauksena, on perusteltua olettaa, että keskittymän kasvanut markkinavoima johtaa myös hintatason nousuun.

Lähteet

Bishop, S. & Walker, M. (2010), "The Economics of EC Competition Law", 3rd edition, Sweet & Maxwell.

Motta, M. (2004), "Competition Policy: Theory and Practice", Cambridge University Press

Tirole, J. (1988), "The Theory of Industrial Organization", MIT Press.