

Kilpailu- ja kuluttajaviraston päätös jatkoselvitykseen ryhtymisestä yrityskauppa-asiassa Colosseum
Dental Group AS / Med Group Hammaslääkärit Oy

1 Asia ja asian vireilletulo

Yrityskauppa-asia, jossa Colosseum Dental Group AS hankkii yksinomaisen määräysvallan Med Group Hammaslääkärit Oy:ssä. Yrityskauppa on ilmoitettu Kilpailu- ja kuluttajavirastolle 16.3.2018.

2 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa kilpailulain 26 §:n 1 momentin nojalla jatkoselvitykseen, jossa tutkitaan, estääkö käsiteltävänä oleva yrityskauppa kilpailulain 25 §:ssä tarkoitettulla tavalla olennaisesti tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla erityisesti siitä syystä, että sillä luodaan määräävä markkina-asema tai vahvistetaan sitä.

3 Osapuolet

Colosseum Dental Group AS

Med Group Hammaslääkärit Oy

4 Osapuolten harjoittama liiketoiminta ja yrityskaupan kuvaus

- 1 Colosseum Dental Group AS on suun terveyden ja hammaslääkäripalveluiden tarjoamiseen keskittyvä kansainvälinen yhtiö. Suomessa Colosseum Dental Group AS omistaa Oral Hammaslääkärit Oyj:n, jonka se hankki loppuvuonna 2017. Oral Hammaslääkärit Oyj on valtakunnallisesti toimiva hammasterveyspalveluyhtiö, jolla on 59 hammaslääkärivastaanottoa ympäri Suomen. Oral Hammaslääkärit Oyj tarjoaa yleis- ja erikoishammashoitoa, erikoishammasteknikon palveluita sekä hammaslaboratorioiden palveluita ja hammasteknisiä tuotteita. Sen palveluksessa on noin 1 300 hammasterveyden ammattilaista.
- 2 Colosseum Dental Group AS:n ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen maailmanlaajuinen liikevaihto oli vuonna 2017 yli 5,9 miljardia euroa, josta Colosseum Dental -konsernin liikevaihto oli noin [250-350]¹ miljoonaa euroa. Colosseum Dental Group AS ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen Suomesta kertynyt liikevaihto oli vuonna 2017 noin 88 miljoonaa euroa
- 3 Med Group Hammaslääkärit Oy kuuluu kotimaiseen sosiaali- ja terveyshuoltoalan palvelukonserniin, Med Groupiin, jonka emoyhtiö on Med Group Holding Oy. Med Group Hammaslääkärit Oy tuottaa yksityisen suun terveydenhuollon palveluita ONNI hammas -brändin alla. Sillä on yhteensä 22 hammaslääkärivastaanottoa 15 eri paikkakunnalla Suomessa. Noin puolet sen hammaslääkärivastaanotoista sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Med

¹ Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

Group Hammaslääkärit Oy:n palveluksessa on yli 250 hammashoidon ammattilaista. Med Group Hammaslääkärit Oy tarjoaa eri perus- ja erikoishammashoidon palveluita, minkä lisäksi sillä on oma hammaslaboratorio.

- 4 Med Group Hammaslääkärit Oy:n ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen maailmanlaajuinen liikevaihto oli vuonna 2017 noin [30-40] miljoonaa euroa, joka kertyi kokonaisuudessaan Suomesta.
- 5 Yrityskaupan ilmoittajan mukaan Colosseum Dental Group AS hankkii Med Group Hammaslääkärit Oy:n koko osakekannan Med Group Oy:ltä.

5 Sovellettava lainsäädäntö

5.1 Kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevat säännökset

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

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

5.2 Kilpailulain yrityskauppalvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn

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

6 Relevantit markkinat

6.1 Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista

- 14 Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskaupan kannalta relevantteina markkinoina tulee pitää suun terveydenhuollon markkinoita. Ilmoittajan näkemyksen mukaan julkinen ja yksityinen suun terveydenhuolto kilpailevat keskenään ja kuuluvat samoille markkinoille ja suun terveydenhuollon markkinaa tulisi tarkastella yhtenä kokonaisuutena segmentoimatta sitä eri asiakasryhmiin. Ilmoittajan näkemyksen mukaan maantieteellisen markkinan tarkastelun tulee olla kaupunkikohtaista tarkastelua laajempi ja vähintään seutukunta-kohtainen

6.2 Julkinen ja yksityinen suun terveydenhuolto

- 15 Suun terveydenhuollon palveluita on saatavilla sekä julkisella että yksityisellä puolella, jolloin potilas voi hakeutua hoitoon joko kunnan terveyskeskukseen tai yksityiselle hammaslääkärivastaanotolle. Ilmoittajan käsityksen mukaan julkinen ja yksityinen suun terveydenhuolto kilpailevat keskenään ja kuuluvat samoille markkinoille.
- 16 Ilmoittajan näkemyksen mukaan julkisten ja yksityisten tahojen tarjoamat suun terveydenhuollon palvelut ovat sisällöltään pitkälti vastaavia ja toisensa korvaavia, eikä niitä ole erilaistettu. Valtaosa hoidosta on jokaisen kansalaisen tarvitsemaa perushammashoitoa. Vaikka yksityisillä vastaanotoilla tarjotaan tiettyjä palveluita, joita ei ole saatavilla julkisessa suun terveydenhuollossa ja joista ei näin ollen myönnetä Kela-korvausta, tällaisten hoitojen osuus on vähäinen.
- 17 Ilmoittajan näkemyksen mukaan julkisen suun terveydenhuollon palvelut ovat asiakkaan näkökulmasta houkuttelevia myös siitä syystä, että ne ovat yksityisen suun terveydenhuollon palveluita jonkin verran edullisempia. Hammashoidon palvelut saattavat olla kunnasta riippuen jonkin verran no-

peammin saatavissa yksityiseltä hammasklinikalta, mutta monissa kunnissa hoitoon pääsee varsin nopealla aikataululla ilman jonottamista.

- 18 Ilmoittajan mukaan Kela-korvausten leikkausten johdosta yksityisen suun terveydenhuollon palveluiden kysyntä on ollut laskussa viimeiset kaksi vuotta, kun asiakkaita on oletettavasti siirtynyt terveyskeskusten asiakkaiksi. Ilmoittajan mukaan on lisäksi nähtävissä, miten yksityisen suun terveydenhuollon palveluiden kysyntä reagoi julkisella puolella tehtyihin hammaslääkärirekrytointeihin. Yhdenkin hammaslääkärin viran lisäyksellä on selkeää kysyntää vähentävä vaikutus yksityisellä puolella.
- 19 Ilmoittajan näkemyksen mukaan julkisen ja yksityisen suun terveydenhuollon palvelut ovat toisensa korvaavia myös hammaslääkäreiden näkökulmasta. Arviolta noin viidesosa julkisella sektorilla toimivista hammaslääkäreistä työskentelee sivutoimessa yksityisellä hammaslääkärivastaanotolla. Samoin noin viidesosalla yksityisellä sektorilla työskentelevistä hammaslääkäreistä on sivutoimi julkisella sektorilla.
- 20 Ilmoittajan mukaan alalla ei ole kapasiteettirajoitteita, sillä hammaslääkäreitä on nykyisellään riittävästi. Myös tältä osin on nähtävissä julkisen tuoma kilpailupaine, sillä alueilla, joissa julkinen suun terveydenhuolto toimii hyvin, ilmoittajan klinikoiden käyttöaste on matalampi.
- 21 Erään lausunnonantajan näkemyksen mukaan julkinen suun terveydenhuollon palvelut eivät ole asiakkaan kannalta yhtä houkuttelevia kuin yksityisen suun terveydenhuollon palvelut, koska odotusajat ovat pidempiä ja palveluvalikoima suppeampi.
- 22 Toisen lausunnonantajan näkemyksen mukaan yksityisen ja julkisen suun terveydenhuollon tarjoamat palvelut ovat keskenään erilaisia. Lausunnonantajan mukaan julkinen hammashoito ei tarjoa vastaavasti tai yksityistä hammashoitoa korvaavasti proteettista hammashoitoa, esteettistä hammashoitoa eikä erikoishammaslääkäritasoista hoitoa.

6.3 Asiakasryhmät

- 23 Suun terveydenhuollon palveluiden markkinaa voidaan jakaa seuraavien asiakasryhmien perusteella: (i) yksityisasiakkaat, (ii) työnantajat (työterveyspalvelut), (iii) vakuutusyhtiöt sekä (iv) kunnat ja kuntayhtymät (ostopalvelut). Tällöin markkinoita tarkastellaan maksavan tahon mukaan. Ilmoittajan käsityksen mukaan suun terveydenhuollon markkinaa tulisi kuitenkin tarkastella yhtenä kokonaisuutena segmentoimatta sitä eri asiakasryhmiin.
- 24 Ilmoittajan mukaan osapuolten liikevaihto muodostuu lähes kokonaan yksityisasiakkaille tarjottavista suun terveydenhuollon palveluista muiden asiakasryhmien muodostaessa ainoastaan marginaalisen osuuden osapuolten myynneistä. Ilmoittajan käsityksen mukaan työterveyshammashuollosta maksavien yritysten, vakuutusyhtiöiden ja kuntien osuus osapuolten kilpailijoiden toiminnassa on samoin vähäinen.

6.4 Maantieteelliset markkinat

- 25 Ilmoittajan mukaan suun terveydenhuollon palveluiden osalta on tyypillistä, että asiakkaat valitsevat hammaslääkärivastaanoton työpaikkansa sijainnin perusteella muun muassa siitä syystä, että vastaanotolla käydään usein työpäivän aikana. Asiakkaan kodin sijainti ei näin ollen ole välttämättä ensisijaisesti se, minkä perusteella vastaanotto valitaan. Koska töissä käydään usein pitkien matkojen päässä ja yli kuntarajojen, maantieteellisen markkinan tarkastelun tulee ilmoittajan näkemyksen mukaan olla kaupunkikohtaista tarkastelua laajempi ja vähintään seutukuntakohtainen.
- 26 Erään lausunnonantajan mukaan markkinat ovat hyvin paikalliset, koska asiakkaat hankkivat suun terveydenhuollon palvelut oman asuin- tai työpaikan läheisyydestä. Toisen lausunnonantajan näkemyksen mukaan tarkastelun tulisi olla kaupunkikohtaista.

7 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

7.1 Osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet

- 27 Alla olevassa taulukossa on esitetty vuoden 2017 osalta ilmoittajan arvio osapuolten yhteenlasketuista markkinaosuuksista vastaanottokäyntien perusteella laskettuna:

| | Suun terveydenhuolto | Yksityinen suun terveydenhuolto |
|--------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Valtakunnallinen taso | [0-10] % | [20-30] % |
| Helsingin seutukunta | [10-20] % | [30-40] % |
| Helsinki | [10-20] % | [40-50] % |
| Espoo | [10-20] % | [30-40] % |
| Vantaa | [0-10] % | [10-20] % |
| Hyvinkää | [20-30] % | [70-80] % |
| Imatran seutukunta | [10-20] % | [50-60] % |
| Imatra | [20-30] % | [70-80] % |
| Jyväskylän seutukunta | [0-10] % | [30-40] % |
| Jyväskylä | [10-20] % | [40-50] % |
| Kouvolan seutukunta | [0-10] % | [20-30] % |
| Kouvola | [0-10] % | [20-30] % |
| Kuopion seutukunta | [0-10] % | [20-30] % |
| Kuopio | [0-10] % | [20-30] % |
| Lappeenrannan seutukunta | [10-20] % | [40-50] % |
| Lappeenranta | [10-20] % | [40-50] % |
| Pieksämäen seutukunta | [0-10] % | [40-50] % |
| Pieksämäki | [10-20] % | [50-60] % |
| Porvoon seutukunta | [10-20] % | [40-50] % |
| Porvoo | [10-20] % | [50-60] % |
| Salon seutukunta | [0-10] % | [20-30] % |
| Salo | [0-10] % | [20-30] % |
| Turun seutukunta | [0-10] % | [20-30] % |
| Turku | [10-20] % | [30-40] % |

7.2 Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

- 28 Ilmoittaja katsoo, ettei yrityskauppa johda haitallisiin kilpailuvaikutuksiin millään relevantilla markkinalla tai markkinasegmentillä. Osapuolet toimivat pääosin eri maantieteellisillä alueilla, jolloin niiden palvelutarjonta on lähinnä toisiaan täydentävä.
- 29 Ilmoittajan mukaan suun terveydenhuollon markkinoilla toimii erittäin suuri määrä sekä julkisen sektorin toimijoita että yksityisiä terveyspalveluyrityksiä. Kilpailu yksityisten terveyspalveluyritysten välillä on kiristynyt viime vuosien aikana ja useat toimijat ovat laajentaneet palvelutarjontaansa suun terveydenhuoltoon. Ilmoittajan arvion mukaan yrityskaupan jälkeenkin markkinoilla toimii suuri määrä julkisia ja yksityisiä suun terveydenhuollon

palveluiden tarjoajia ja ilmoittaja tulee jatkossakin kohtaamaan merkittävää kilpailua niin valtakunnallisesti kuin paikallisella tasolla. Lisäksi nykyisten toimijoiden on helppo laajentaa omaa toimintaansa.

- 30 Ilmoittajan näkemyksen mukaan osapuolten markkinaosuus suun terveydenhuollon palveluissa jää alhaiseksi riippumatta siitä, miten maantieteellistä markkinaa tarkastellaan. Mikäli katsottaisiin ainoastaan yksityisen suun terveydenhuollon palveluita, yhteenlasketut markkinaosuudet jäävät muutamaa paikkakuntaa lukuun ottamatta maltillisiksi riippumatta maantieteellisestä markkinasta.
- 31 Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskauppa ei johda tehokkaan kilpailun olennaiseen estymiseen. Ilmoittaja ei arvionsa mukaan saa yrityskaupan johdosta sellaista markkinavoimaa, että sillä olisi mahdollisuus vaikuttaa haitallisesti kilpailuun hinnoittelun tai muiden kilpailuun vaikuttavien tekijöiden osalta.

7.3 Lausunnonantajien näkemykset yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

- 32 Osa lausunnonantajista näkee, että ilmoitettu yrityskauppa johtaa kilpailun rajoittumiseen ja hintojen kohoamiseen paikkakunnilla, joilla osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet ovat huomattavan korkeita. Lisäksi erään lausunnonantajan näkemyksen mukaan yrityskauppa saattaa johtaa asiakkaille tarjolla olevan palveluvalikoiman pienenemiseen.

8 Johtopäätös

- 33 Alustavan tarkastelun perusteella on epävarmaa, missä määrin julkisen suun terveydenhuollon palvelut kilpailevat yksityisten palveluiden kanssa sekä miltä maantieteelliseltä alueelta asiakkaat hankkivat tarvitsemansa suun terveydenhuollon palvelut.
- 34 Alustavan tarkastelun perusteella yrityskauppa saattaa aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia tietyillä maantieteellisillä alueilla erityisesti, mikäli julkisen suun terveydenhuollon palvelut eivät tuota merkityksellistä kilpailupainetta yksityisille suun terveydenhuollon palveluille ja mikäli asiakkaat hankkivat tarvitsemansa suun terveydenhuollon palvelut hyvin rajalliselta maantieteelliseltä alueelta.
- 35 Alustavan tarkastelun perusteella ei voida pitää myöskään poissuljettuna sitä, että keskittymän seurauksena yrityskaupan osapuolille syntyy markkinavoimaa, joka mahdollistaa hintojen nostamisen valtakunnallisella tasolla.
- 36 Edellä kuvatuilla perusteella Kilpailu- ja kuluttajavirasto pitää yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämisen jatkamista tarpeellisena. Jatkoselvityksessä on tarkasteltava sitä, missä määrin julkisen sektorin hammashuolto tuottaa kilpailun painetta yksityisen sektorin tarjoamille palveluille. Samoin on selvitettävä, millä maantieteellisellä alueella toimivilta yrityksiltä yrityskau-

pan osapuolet kohtaavat kilpailun painetta ja mitkä seikat rajoittavat osapuolten mahdollisuuksia käyttää markkinavoimaa valtakunnallisella tasolla.

- 37 Asian selvitysvaihe huomioon ottaen virasto ei ota täsmällisesti kantaa relevanttien markkinoiden määrittelyyn ja yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin.

9 Sovelletut säännökset

Kilpailulaki 21, 22, 24 ja 26 §.

10 Muutoksenhaku

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

11 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erikoistutkija Samuli Muotka, puhelin 029 505 3680, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Ylijohtajan sijainen

Kirsi Leivo

Erikoistutkija

Samuli Muotka