

1 Asia

Wolt Enterprises Oy:n sopimusehdot ravintolaruoan tilaus- ja kuljetuspalvelutoiminnassa

2 Asianosainen

Wolt Enterprises Oy

3 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto poistaa asian käsittelystä.

4 Asian vireilletulo ja selvitystoimenpiteet

1. Kilpailu- ja kuluttajavirasto (jäljempänä "KKV" tai "virasto") on aloittanut Wolt Enterprises Oy:n (jäljempänä "Wolt" tai "yritys") ravintoloiden kanssa tekemien sopimusten ehtoja koskevan selvityksen oma-aloitteisesti syyskuussa 2022. Tutkinta on keskittynyt sekä Woltin yleisiin sopimusehtoihin sisältyneeseen niin kutsuttuun hintapariteettiehtoon että yksinoikeusehtoihin, joita oli sisällytetty tiettyjen ravintolayhtiöiden sopimuksiin. KKV on selvittänyt, ovatko kyseiset sopimusehdot kilpailulain (948/2011) 5 §:n ja Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen (jäljempänä "SEUT") 101 artiklan vastaisia ja/tai kilpailulain 7 §:n ja SEUT 102 artiklan vastaisia.
2. KKV hankki kirjallisia ja suullisia selvityksiä Woltilta, Delivery Hero Finland Oy:ltä (jäljempänä "Foodora"), potentiaalisilta kilpailijoilta sekä useilta ravintolayhtiöiltä, jotka ovat Woltin nykyisiä, entisiä tai potentiaalisia asiakkaita. KKV sai lisäksi sekä Woltilta että Foodoralta tilausrivikohtaisen aineiston, joka kattaa niiden alustojen kautta tilatut ravintola-annokset aikavälillä 9/2021–10/2023.
3. KKV esitti Woltille alustavan arvionsa Woltin menettelyihin liittyvistä keskeisistä kilpailuongelmista 5.2.2024. KKV arvioi, että Woltin soveltamat yksinoikeus- ja hintapariteettiehdot rajoittivat kilpailua kilpailulain 5 § ja SEUT 101 artiklan ja/tai kilpailulain 7 §:n ja SEUT 102 artiklan vastaisesti. Wolt toimitti vastineen KKV:n arvioon 19.4.2024. Wolt ilmoitti 26.4.2024 KKV:lle luopuvansa yksinoikeus- ja hintapariteettiehtojen käyttämisestä ravintolasopimuksissaan 1.10.2024 lukien. Vastauksena KKV:n 31.1.2025 päivättyyn selvityspyyntöön Wolt toimitti 13.2.2025 KKV:lle selvityksen siitä, että se oli ilmoituksensa mukaisesti luopunut ravintolasopimuksensa yksinoikeus- ja hintapariteettiehdoista.

5 Asiaselustus

5.1 Ravintolatoiminnan markkinat ja ravintolaruoan jakelu

4. Ravintolatoiminnan markkinoiden koko Suomessa vuonna 2022 oli noin 5 miljardia euroa.¹ Ravintoloiden myymän niin sanotun take away -ruoan osuudesta ei ole virallista arviota, koska suurin osa ravintoloista ei erittele ulosmyynnin osuuttaan.² Take away -myynnissä asiakas itse noutaa tuotteet muualla kuin ravintolassa nautittavaksi. Take away -myynnin lisäksi ravintolat voivat tarjota ruoan kuljetusta asiakkailleen. Ravintoloilla voi olla omaa kuljetustoimintaa tai ne voivat käyttää ulkopuolista palveluntarjoajaa kuljetusten tarjoamisessa.
5. Verkkopohjaisessa alustataloudessa toimivilla yrityksillä, niin kutsutuilla alustoilla, on yhä merkittävämpi rooli tuotteiden ja palvelujen jakelussa ravintolatoimialalla. Wolt ja Foodora ovat ravintoloille ja loppuasiakkaille palveluja tarjoavia ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalustoja (jäljempänä myös "ruoan kuljetusalustat") ja ne toimivat muun muassa Suomessa.
6. KKV arvioi, että vuonna 2022 ruoan tilaus- ja kuljetusalustojen kautta Suomessa myydyin ruoan arvo oli noin 500–550 miljoonaa euroa. Tästä kuljetetun ruoan osuus oli 500–550 miljoonaa euroa, josta alustojen kuljettama osuus oli 400–450 miljoonaa euroa. Alustojen kautta tilatun, mutta ravintolan itsensä tai kolmannen osapuolen kuljettaman ruoan osuus oli 50–100 miljoonaa euroa.

5.2 Ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalustat

7. Ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalustat ovat monisuuntaisia alustoja. Monisuuntaiset alustat tukevat eri käyttäjäryhmien välistä vuorovaikutusta ja luovat tilanteen, jossa yhdeltä käyttäjäryhmältä tuleva kysyntä vaikuttaa muilta ryhmiltä tulevaan kysyntään.³ Esillä olevan asian asiayhteydessä käyttäjäryhmiä ovat ravintolat, loppuasiakkaat sekä kuljetuksia suorittavat lähetit. Tässä tilanteessa yhden ryhmän reaktiot tarjontaolosuhteiden muutokseen voivat vaikuttaa myös muihin ryhmiin, mikä synnyttää alustan eri suuntien välille reagointisuhteen eli johtaa niin sanottuihin epäsuoriin verkostovaikutuksiin.⁴
8. Woltin päätuote on sen kehittämä teknologia-alusta ("Woltin alusta" tai "Wolt-alusta"). Wolt perustettiin vuonna 2014 ja se aloitti toimintansa tarjoamalla ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalustaa ja tukipalveluja ravintoloille ja läheteille. Sittemmin Wolt on kehittänyt edelleen

¹ Tilastokeskus 12/2023, TOL 56 ravitsemistoiminta, luokka I5160 "5610 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta".

² Tapaamismateriaali neuvontatapaamiseen KKV – Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry., 16.5.2022.

³ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 94.

⁴ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 94.

loppuasiakas-, kauppias- sekä lähettisovelluksiaan ja laajentanut toimintaansa sekä liiketoiminta-alueiden että palvelujensa maantieteellisen kattavuuden osalta. Vuonna 2022 Wolt yhdistyi yhdysvaltalaisen, julkisesti listatun DoorDash Inc.:in kanssa. Wolt Enterprises Oy toimii emoyhtiönä useille konserniin kuuluville Wolt-tytäryhtiöille eri maissa.⁵

9. Vuoden 2023 tilinpäätöksen julkistamisen aikaan Wolt toimi yli 25 maassa ja yli 700 kaupungissa. Suomessa Wolt-alusta ja palvelut olivat saatavilla 89 kaupungissa.⁶ Ravintolatoiminnan lisäksi Woltilla on Suomessa verkkoruokakauppa ja se tarjoaa tilaus- ja kuljetusalustansa myös muille vähittäiskaupan toimijoille. Woltin mukaan se kehittää liiketoimintaansa mahdollistaakseen Wolt-alustan laajemman käytön uusia palveluja tarjoamalla.⁷
10. Foodora on Woltin kanssa kilpaileva ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalusta. Foodora on osa kansainvälistä, Saksaan rekisteröityä Delivery Hero -konsernia (Delivery Hero SE). Se aloitti toimintansa Suomessa, kun Delivery Hero-konserni hankki vuonna 2012 Pizza Online -nimisen palvelun.⁸
11. Woltin ravintolaliiketoiminnan liiketoimintamallissa Wolt tarjoaa ravintoloille palvelun, jossa niille perustetaan kauppapaikka Wolt-sovellukseen. Wolt tekee ravintoloiden kanssa sopimuksen ravintolakohtaisista kaupallisista ehdoista, minkä lisäksi liikesuhteeseen sovelletaan Woltin yleisiä sopimusehtoja. Wolt on sopinut ravintoloiden kanssa pääsääntöisesti, että loppuasiakas saa tilaamansa tuotteet joko kuljetuksella tai noutamalla ne itse ravintolakumppanin myyntipisteestä.⁹ Jos tuotteet toimitetaan Woltin kuljetuspalvelulla, Woltin lähetit vastaavat ruoan kuljetuksesta loppuasiakkaalle. Wolt veloittaa ravintolalta tietyn prosenttiosuuden eli komission Woltin kautta myytyjen tuotteiden arvonlisäverollisesta hinnasta. Komissio on lähtökohtaisesti suurempi, jos tuotteet toimitetaan Woltin kuljetuspalvelulla ja pienempi, jos loppuasiakas noutaa tuotteet itse.¹⁰ Komission suuruus myös vaihtelee ravintoloittain. Ravintolalle Wolt tilittää summan, joka vastaa loppuasiakkaiden suorittamia maksuja, joista vähennetään Woltin ravintolalta perimä komissio sekä loppuasiakkaan toimitus- ja palvelumaksut. Foodoran alusta toimii pääasiallisesti Wolt-alustaa vastaavalla tavalla.

⁵ Wolt-alakonsernin Suomessa toimivat yhtiöt ovat Wolt Enterprises Oy:n lisäksi Wolt Services Oy, Wolt License Services Oy sekä Wolt International Oy. Wolt Enterprises Oy toimii Suomen operatiivisena yhtiönä Woltin alustan ja muiden liiketoimintojen osalta (pois lukien verkkoruokakauppatoiminta). Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 2–3.

⁶ Wolt Enterprises Oy tilinpäätös ja toimintakertomus 1.1.2023 – 31.12.2023, s. 2.

⁷ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 1–2.

⁸ Pizza Online -palvelu toimi omalla erillisellä brändillä vuodenvaihteeseen 2019–2020 asti.

⁹ Tämän lisäksi Woltin Self Delivery -liiketoimintamallissa Wolt perustaa ravintolalle markkinapaikan Wolt-sovellukseen ja välittää tilauksen loppuasiakkaalta ravintolalle, mutta ravintola järjestää tuotteiden kuljetuksen itse.

¹⁰ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 3.

12. Woltin mobiili- ja web-sovellusten käyttäminen on maksutonta loppuasiakkaille. Tilauksen yhteydessä loppuasiakkaat maksavat tilaamiensa tuotteiden lisäksi kuljetus- sekä palvelumaksun kuljetustilauksista. Wolt+ on Woltin maksullinen tilausohjelma, johon liittymisen vastineeksi asiakas voi saada etuja ja alennuksia. Eräs tilausohjelmaan sisällytetty etu on ollut, että loppuasiakas voi tehdä tilausohjelman piirissä olevilta ravintoloilta ja kauppailta tilauksia ilman kuljetusmaksuja.¹¹ Foodoran maksullista tilauspalvelua kutsutaan Foodora PRO:ksi ja sen kuukausitilaajat saavat erilaisia tarjouksia ja etuja ravintoloista sekä muilta kauppailta.

5.3 Woltin menettely

5.3.1 Yksinoikeussopimukset

13. Sekä Wolt että Foodora alkoivat erityisesti kesästä 2022 alkaen tehdä ravintolayhtiöiden kanssa sopimuksia, jotka sisälsivät yksinoikeusehdon.¹² Yksinoikeussopimusten käyttö kasvoi maaliskuuhun 2023 saakka voimakkaasti, minkä jälkeen kasvu tasaantui. Lokakuussa 2023 Woltin yksinoikeussopimusten alaiset myynnit kattoivat 20–30 % kaikista ruoankuljetuspalvelujen kautta tilatuista ja palvelujen toimittamista ravintolannoksista kertyneestä liikevaihdosta.
14. Yksinoikeusehdon mukaan ravintolat toimivat eksklusiivisesti yhteistyössä Woltin kanssa, toisin sanoen ravintolat sitoutuivat olemaan tekemättä välitys- ja toimituspalveluita¹³ koskevia sopimuksia ehdossa lueteltujen toimijoiden kanssa. Ravintoloiden mahdollisia omia kuljetuspalveluja ei sopimuksissa yleensä määritelty Wolt-palvelun kanssa kilpaileviksi palveluiksi. Yksinomaan Woltilta palveluja ostaviin ravintolakumppaneihin kuului useita ravintolatoimialan keskeisiä tavaramerkkejä ja paljon myyntiä tuottavia, valtakunnallisia ketjuja sekä myös paikallisemmin toimivia ravintolayhtiöitä.
15. Yksinoikeusehdon vastineeksi Wolt myönsi monille ravintolayhtiöille aiempaan verrattuna merkittävästi alhaisempia komissioprosentteja. Lisäksi Wolt sitoutui investoimaan huomattavan suuria markkinointibudjetteja yhteistyöhön ravintoloiden kanssa. Yksinoikeusehtoja sisältävien sopimusten sopimuskausien pituus vaihteli 1 vuodesta noin 3,5 vuoteen. Määräajan jälkeen ne jatkuivat toistaiseksi voimassa olevina. Osassa sopimuksista oli sovittu takautuvista lisäkomissioista tai muista korvausvelvollisuuksista, jos ravintola poikkesi eksklusiivisuudesta kesken sopimuskauden.

¹¹ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 13.

¹² Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 19, Foodoran vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 9.11.2022, s. 13.

¹³ KKV:n tulkinnan mukaan välitys- ja toimituspalveluilla Woltin tekemissä yksinoikeussopimuksissa tarkoitetaan samaa kuin muualla tässä päätöksessä käytettävällä tilaus- ja kuljetuspalvelujen käsitteellä.

16. KKV:lle toimitettujen, Woltin sisäisten sopimuskohtaisten kannattavuuslaskelmien¹⁴ perusteella osa yksinoikeussopimuksista oli Woltille kannattamattomia vähintään lyhyellä aikavälillä. KKV teki näiden laskelmien perusteella päivitetty laskelmat ja sisällytti niihin myös sopimuksissa sovitut kertaluontoiset korvaukset ja lopullisissa sopimuksissa sovitut komissioprosentit. KKV:n laskelmien perusteella kannattamattomuus koski hieman suurempaa osaa sopimuksista, kuin mitä Woltin virastolle toimittamat sisäiset laskelmat osoittivat.

5.3.2 Hintaparieteettiehto

17. KKV:n selvitysten aikana valtaosaan Woltin ja ravintoloiden välisiä sopimuksia sisältyi hintaparieteettiehto, jota voidaan kuvailla niin kutsutuksi kapeaksi hintaparieteettiehdoksi. Ehdon mukaan "Wolt-palvelussa julkaistut tuotteiden hinnat eivät saa olla korkeampia kuin hinnat, jotka Kauppias veloittaa asiakkailta omissa myyntipisteissään."¹⁵ Hintaparieteettiehto ei suoraan määrää asiakasravintoloiden tuotteiden hintoja, vaan ne jäivät ravintolan vapaasti päätettäväksi. Hintaparieteettiehto kuitenkin kytkee ravintoloiden tuotteiden hinnat alustalla ilmoitettuihin hintoihin.
18. Ruoankuljetusmarkkinoilla kapea hintaparieteettiehto voi koskea ravintolan tuotteiden hintoja joko fyysisessä myyntipisteessä (mukaan lukien puhelimitse tehdyt tilaukset), ravintolan mahdollista omaa online-myyntikanavaa tai molempia. Kapea hintaparieteettiehto sisältyi valtaosaan Woltin ja ravintoloiden välisiä sopimuksia. Woltin mukaan sen soveltama kapea hintaparieteettiehto ei rajoittanut ravintolan hinnoittelua muissa ravintolaruoan välityspalveluissa¹⁶.
19. Woltin soveltamat hintaparieteettiehdot olivat tietyin poikkeuksin samansisältöisiä. Ravintoloiden kanssa käytyjen sopimusneuvottelujen tuloksena hintaparieteettiehdon sisältöä saatettiin kuitenkin muuttaa esimerkiksi siten, että Wolt-palvelussa julkaistut tuotteiden hinnat saivat olla enintään tietyn prosenttisuuden korkeampia kuin ravintoloiden hinnat niiden omissa myyntipisteissä. Joidenkin ravintoloiden sopimuksissa hintaparieteettiehdosta oli neuvottelujen tuloksena luovuttu kokonaan. Vuoden 2022 lopulla noin 2 %:iin sopimuksista ei sisällynyt hintaparieteettiehtoa.¹⁷ Kyseisten sopimusten osuus myynnistä oli kuitenkin sopimusten lukumäärää selvästi suurempi. KKV:n saamien tietojen mukaan hintaparieteettiehdoista oli luovuttu lähinnä yksinoikeusehdon sisältävissä sopimuksissa.

¹⁴ Woltin sisäisessä käytössä oleva laskentamalli, jonka pääasiallinen tarkoitus Woltin mukaan on "tukea ravintoloiden kanssa käyvien asiakkuuspäälliköiden työtä sekä sisäisiä keskusteluja liittyen sopimusneuvotteluihin", Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 9.8.2023, s. 2.

¹⁵ Wolt Enterprises Oy:n yleiset sopimusehdot (30.9.2024 asti) kohta 2.3.

¹⁶ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 16.

¹⁷ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 16.

6 Oikeudellinen arvio

6.1 Merkitykselliset markkinat

20. Kilpailusääntöjä sovellettaessa merkityksellisten markkinoiden määrittely on väline, jolla tunnistetaan ja määritetään yritysten välisen kilpailun rajat. Tuotteiden, palvelujen tai teknologioiden myyntitoiminnan osalta markkinoiden määrittelyn pääasiallisena tarkoituksena on järjestelmällisesti selvittää yritysten kohtaamat vaikuttavat ja välittömät kilpailupaineet tietyllä alueella.¹⁸
21. Merkitykselliset markkinat määritellään yleensä tuotteen ja maantieteellisen kattavuuden perusteella. Merkitykselliset tuotemarkkinat kattavat kaikki tuotteet, joiden asiakkaat katsovat olevan ominaisuuksiltaan, hinnaltaan ja käyttötarkoitukseltaan keskenään vaihdettavissa asianomaisten yritysten tuotteisiin tai korvattavissa niillä, kun otetaan huomioon kilpailuolosuhteet ja kysynnän ja tarjonnan rakenne markkinoilla. Merkitykselliset maantieteelliset markkinat muodostuvat maantieteellisestä alueesta, jolla asianomaiset yritykset ovat mukana asian kannalta merkityksellisten tuotteiden tarjonnassa ja kysynnässä, jolla kilpailuolosuhteet ovat riittävän homogeeniset tutkinnan kohteena olevan toimintatavan vaikutusten arvioimiseksi, ja joka voidaan erottaa muista maantieteellisistä alueista erityisesti niiden kilpailuolosuhteiden huomattavan erilaisuuden perusteella.¹⁹
22. Kysynnän korvattavuus muodostaa vaikuttavimman ja välittömimmän rajoittavan tekijän tietyn tuotteen toimittajille. Yrityksen mahdollisuudet vaikuttaa vallitseviin myyntiehtoihin, kuten hintoihin, innovatiivisuuden tasoon tai tarjottuun laatuun, ovat riippuvaisia siitä, kuinka helposti sen asiakkaat voivat siirtyä käyttämään saatavilla olevia, korvaaviksi tuotteiksi katsomiaan tuotteita. Kysynnän korvattavuus on näin ollen tärkein näkökohta merkityksellisten tuotemarkkinoiden määrittelyssä.²⁰

6.1.1 Tuotemarkkinat

23. Asiassa on kyse sen arvioinnista, rajoittivatko Woltin soveltamat yksinoikeusehdot ja hintapariteettiehdot kilpailulain ja/tai SEUT:n vastaisesti kilpailua ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalojen markkinoilla. KKV katsoo, että merkityksellisten tuotemarkkinoiden määrittelyn lähtökohta on Woltin ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalusta. Wolt-alustan kautta yritys tarjoaa palveluja ja tuotteita eri käyttäjäryhmille: loppuasiakkaille ja ravintoloille ja mahdollistaa näiden käyttäjäryhmien

¹⁸ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 6.

¹⁹ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 12.

²⁰ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 23.

väliset transaktiot. Transaktioiden toteuttamiseksi alusta hyödyntää lähettikumppaneita. Foodoran alusta toimii vastaavalla tavalla.

24. Asioissa, joihin liittyy monisuuntaisia alustoja, merkitykselliset tuotemarkkinat voidaan määritellä sisältämään alustan tarjoamat tuotteet kokonaisuutena siten, että markkinat kattavat kaikki tai useat alustan käyttäjäryhmät. Yhden merkityksellisen tuotemarkkinan määrittely voi olla perusteltua, jos korvattavuudessa alustan tarjoamille tuotteille ei ole merkittäviä eroja käyttäjäryhmien välillä. Vaihtoehtoisesti voidaan määritellä erilliset merkitykselliset tuotemarkkinat alustan kullakin puolella tarjottaville tuotteille. Alustan eri puolten käyttäjäryhmien väliset epäsuorat verkostovaikutukset otetaan tarvittaessa joka tapauksessa huomioon merkityksellisten markkinoiden määrittelyssä tai itse kilpailuarvioinnissa.²¹
25. Markkinoiden määrittelemiseksi kysynnän korvattavuutta arvioidaan jokaisen käyttäjäryhmän osalta. Esillä olevassa asiassa on olennaista arvioida, kuuluvatko ravintoloiden suorat myyntikanavat samoille markkinoille kuin ruoan tilaus- ja kuljetusalustat.
26. Ravintoloiden suorat myyntikanavat kattavat ravintolalta suoraan tilatun noudetun, ja joko ravintolan itsensä tai kolmannen osapuolen kuljettaman ruoan. Yksittäiset, omaa henkilökuntaa kuljetuksiin käyttävät ravintolat²², eivät ravintoloiden näkökulmasta korvaa alustoja, koska ne eivät tarjoa palvelujaan muille ravintoloille. Myöskään loppuasiakkaan näkökulmasta nämä ravintolat eivät korvaa alustoja, koska, toisin kuin alustat, yksittäinen ravintola ei tarjoa laajaa ravintoloiden ja ravintolaruokien valikoimaa. Muun muassa edellä mainitut seikat huomioon ottaen KKV arvioi, ettei alustoihin kohdistu merkittävää kilpailupainetta ravintoloiden suorien myyntikanavien taholta.²³
27. Toiseksi on arvioitava, kuuluvatko alustan kautta tilatut mutta noudetut tai ravintolan kuljettamat ravintola-annokset samoille markkinoille kuin alustan kuljettamat ravintola-annokset. Viraston arvion mukaan loppuasiakkaiden alustan kautta tilaamat mutta itse noutamat tilaukset eivät korvaa kuljetettuja ravintola-annoksia, koska noutaminen ei useimmiten vastaa samaan tarpeeseen kuin kotiin tai toimituspaikalle kuljetettu ruoka. Edelleen KKV arvioi, etteivät alustan kautta tilatut mutta ravintoloiden itsensä toimittamat ravintola-annokset ravintoloiden näkökulmasta korvaa ruoan tilaus- ja kuljetusalustoja. Lisäksi on huomioitava, että loppuasiakkaiden kannalta kuljetusmaksuissa saattaa olla eroavaisuuksia siitä riippuen, toimittaako tilauksen ruoankuljetusalusta

²¹ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä unionin kilpailuoikeuden kannalta C/2024/1645, § 95.

²² Suomessa ravintolaketjuista lähinnä Kotipizza.

²³ Ks. myös Iso-Britannian kilpailuviranomaisen (Competition and Markets Authority, CMA) päätös asiassa Just Eat Plc/Hungryhouse Holdings Ltd., kohta 4.26. CMA katsoi, että ravintoloiden suorat myyntikanavat eivät olleet tarpeeksi läheisiä korvaajia ruoantilaus- ja ruoantilaus- ja kuljetusalustojen tarjoamille palveluille kuuluakseen näiden kanssa samoille merkityksellisille tuotemarkkinoille.

vai ravintola. Myöskään ravintolassa paikan päällä nautittu ruoka ei KKV:n arvion mukaan ole korvaava vaihtoehto ruoan tilaus- ja kuljetusalustoille.

28. Lisäksi KKV arvioi, että pelkkää ruoan tilausmahdollisuutta tarjoavat alustat eivät ole korvaavia ruoan tilaus- ja kuljetusalustoille. Pelkkää tilausmahdollisuutta tarjoava alusta tavoittaisi vain ne asiakkaat, jotka olisivat valmiit noutamaan tuotteet itse. Kuljetuspalvelun järjestäminen tilauspalvelua tarjoavan alustan käyttämisen lisäksi olisi useimmille ravintoloille tehoton vaihtoehto kuljetuspalveluja tarjoavien alustojen hyödyntämiseen verrattuna.
29. Edellä oleva huomioon ottaen KKV:n arvion mukaan merkitykselliset tuotemerkkinat voidaan määritellä ravintolaruoan tilaus- ja kuljetusalustojen markkinaksi. Määritelmä kattaa tilaus- ja kuljetusalustan kautta tilatut, asiakkaalle alustan toimesta kuljetetut ravintola-annokset. KKV:n arvion mukaisilla merkityksellisillä tuotemerkkinoilla Suomessa toimivat Wolt sekä Foodora.
30. Asian lopputulos huomioiden KKV ei kuitenkaan pidä tarpeellisenä ottaa lopullisesti kantaa merkityksellisten tuotemerkkinoiden määrittelyyn.

6.1.2 Maantieteelliset markkinat

31. KKV:n arvion mukaisilla ruoan tilaus- ja kuljetusalustojen markkinoilla on maantieteellisesti sekä paikallisia että valtakunnallisia piirteitä. Paikallisia piirteitä ovat esimerkiksi ravintoloiden tuotteiden kuljetussäteet sekä kuljetushinnaston mahdollinen paikallinen vaihtelevuus. Paikallisista piirteistä huolimatta asian arvioinnin kannalta olennaista on, että ruoan tilaus- ja kuljetusalustat toimivat valtakunnallisesti ja niiden toimintaa sekä tuotemerkkiä markkinoidaan tästä lähtökohdasta käsin sekä loppuasiakkaille että ravintoloille.
32. Markkinoiden määrittelyä valtakunnallisiksi puoltaa myös se, että myynnillä mitattuna Woltille eniten liikevaihtoa tuottavat ravintolat olivat ravintolaketjuja, jotka toimivat useilla paikkakunnilla. Näiden ravintolaketjujen kanssa tehdyt sopimukset kattoivat yleensä ketjujen kaikki toimipisteet. KKV:n selvitykset osoittavat lisäksi, että merkittävä osa ruoan tilaus- ja kuljetusalustojen asiakkaista tilaa useilta toimitusalueilta. Myöskään kilpailuolosuhteet eivät KKV:n arvion mukaan eroa merkittävästi alueiden välillä.
33. Edellä oleva huomioon ottaen virasto katsoo, että merkityksellisiä maantieteellisiä markkinoita on asiassa perusteltua arvioida valtakunnallisina.

34. Asian lopputulos huomioiden KKV ei kuitenkaan pidä tarpeellisena ottaa lopullisesti kantaa merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn.

6.2 Määrävä markkina-asema

35. Kilpailulain 4 §:n 2 kohdan mukaan määräävällä markkina-aseamalla tarkoitetaan yhdellä tai useammalla elinkeinonharjoittajalla tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymällä olevaa koko maan tai tietyn alueen kattavaa yksinoikeutta tai muuta sellaista määräävää asemaa tietyillä hyödykemarkkinoilla, joka merkittävästi ohjaa hyödykkeen hintatasoa tai toimitusehtoja taikka vastaavalla muulla tavalla vaikuttaa kilpailuolosuhteisiin tietyllä tuotanto- tai jakeluportaalla.
36. Markkinaosuudet antavat viitteitä markkinarakenteesta ja markkinoilla toimivien yritysten suhteellisesta merkityksestä. Ne eivät kuitenkaan ole lopullinen osoitus yrityksen markkinavoimasta, vaan markkinaosuuksia tulee tulkita markkinaolosuhteiden ja erityisesti markkinadynamiikan perusteella ottaen huomioon, missä määrin tuotteet on erilaistettu. Euroopan komission mukaan määräävä asema ei ole todennäköinen, jos yrityksen markkinaosuus on alle 40 %.²⁴
37. Esillä olevassa asiassa Woltin markkina-asemaa on arvioitu KKV:n arvon mukaisesti määritellyillä merkityksellisillä markkinoilla.
38. Woltin markkinaosuus kyseisillä markkinoilla vuosina 2022–2023 oli 70–80 % sekä volyymin (tilausten lukumäärän) että tilausten liikevaihdon perusteella laskettuna. Woltin markkinaosuus merkityksellisillä markkinoilla kasvoi yksinoikeussopimusten soveltamisen aikana 5–10 %.
39. Woltin markkina-asema on riippumaton merkityksellisten tuotemerkkinoiden täsmällisestä rajauksesta. Vaikka markkinamäärittelyä laajennettaisiin kattamaan myös muut kuin alustan kautta tilatut ja alustan toimesta kuljetetut ravintolaruokatilaukset (toisin sanoen sisältäen myös noudetut ja ravintolan kuljettamat alustatilaukset), Woltin markkinaosuus olisi siinäkin tapauksessa ollut vuosina 2022–2023 noin 70–80 % valtakunnallisesti. Woltin asemassa on alueellisia eroja, mutta vuosina 2022–2023 90–100 % alustojen yhteenlasketusta valtakunnallisesta kuljetusmyynnistä tuli kunnista, joissa Woltin markkinaosuus oli yli 60 %.
40. KKV katsoo lisäksi, että Woltin vahva tuotemerkki ja siihen liittyvät asiakasryhmien mielikuvat, asiakkaiden heikko neuvotteluvoima, vähäinen markkinoiden ulkopuolelta tuleva kilpailupaine sekä alalle tulon

²⁴ Komission tiedonanto – Ohjeita komission ensisijaisista täytäntöönpanotavoitteista sovellettaessa EY:n perustamis-sopimuksen 82 artiklaa yritysten määräävän aseman väärinkäyttöön perustuvaan markkinoiden sulkemiseen (2009/C 45/02), §§ 13–14.

esteet, erityisesti verkostovaikutukset, vahvistavat Woltin markkina-asemaa.

41. Asian lopputulos huomioon ottaen KKV ei pidä tarpeellisena ottaa lopullisesti kantaa Woltin markkina-asemaan ruoan tilaus- ja kuljetusalojen markkinoilla. Tästä huolimatta virasto on arvioinut Woltin menettelyä myös määräävän markkina-aseman väärinkäytön näkökulmasta.

6.3 Kilpailua rajoittavat ehdot

6.3.1 Sovellettava lainsäädäntö

6.3.1.1 Kilpailulain 5 § ja SEUT 101 artikla

42. Kilpailulain 5 §:n 1 momentin ja SEUT 101 artiklan mukaan sellaiset elinkeinonharjoittajien väliset sopimukset, elinkeinonharjoittajien yhteenliittymien päätökset sekä elinkeinonharjoittajien yhdenmukaistetut menettelytavat, joiden tarkoituksena on merkittävästi estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua tai joista seuraa, että kilpailu merkittävästi estyy, rajoittuu tai vääristyy, ovat kiellettyjä.
43. Kilpailulain 5 §:n 2 momentin ja SEUT 101 artiklan 1 kohdan mukaan kiellettyjä ovat erityisesti sellaiset sopimukset, päätökset ja menettelytavat:
 - 1) joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja;
 - 2) joilla rajoitetaan tai valvotaan tuotantoa, markkinoita, teknistä kehitystä taikka investointeja;
 - 3) joilla jaetaan markkinoita tai hankintalähteitä;
 - 4) joiden mukaan eri kauppakumppaneiden samankaltaisiin suorituksiin sovelletaan erilaisia ehtoja siten, että kauppakumppanit asetetaan epäedulliseen kilpailuasemaan; tai
 - 5) joiden mukaan sopimuksen syntymisen edellytykseksi asetetaan se, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppatavan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen.

6.3.1.2 Kilpailulain 7 § ja SEUT 102 artikla

44. Kilpailulain 7 §:n mukaan yhden tai useamman elinkeinonharjoittajan tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymän määräävän markkina-aseman väärinkäyttö on kiellettyä. Kilpailulain 7 § perustuu SEUT 102 artiklaan ja sitä on tulkittava yhdenmukaisesti kyseisen artiklan ja sitä koskevan unionin tuomioistuinten soveltamiskäytännön kanssa.

45. SEUT 102 artiklan mukaan sisämarkkinoille soveltumaton ja kiellettyä on yhden tai useamman yrityksen määrävän aseman väärinkäyttö sisämarkkinoilla tai niiden merkittävällä osalla, jos se on omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.
46. Kilpailulain 7 §:n 2 momentin ja SEUT 102 artiklan 2 kohdan mukaan kiellettyä määrävän markkina-aseman väärinkäyttöä voi olla erityisesti:
- 1) kohtuuttomien osto- tai myyntihintojen taikka muiden kohtuuttomien kauppaehtojen suora tai välillinen määrääminen;
 - 2) tuotannon, markkinoiden tai teknisen kehityksen rajoittaminen kuluttajien vahingoksi;
 - 3) erilaisten ehtojen soveltaminen eri kauppakumppanien samankaltaisiin suorituksiin kauppakumppaneita epäedulliseen kilpailuasetelmaan asettavalla tavalla; tai
 - 4) sen asettaminen sopimuksen syntymisen edellytykseksi, että sopimuspuoli hyväksyy lisäsuoritukset, joilla niiden luonteen vuoksi tai kauppatavan mukaan ei ole yhteyttä sopimuksen kohteeseen.
47. Kilpailulain 7 §:n ja SEUT 102 artiklan väärinkäyttömuotojen esimerkkiluetteloa ei ole pidettävä tyhjentävänä.²⁵ Määrävän markkina-aseman väärinkäytön arvioinnissa keskeistä on, mitä vaikutuksia toimivalle kilpailulle määrävässä markkina-asetelmassa olevan yrityksen menettelyllä on ollut. Määrävässä asemassa olevalla yrityksellä on asemansa johdosta erityinen velvollisuus olla toiminnallaan rajoittamatta toimivaa ja vääristymätöntä kilpailua.²⁶

6.3.2 Vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan

48. Kilpailulain 3 §:n mukaan, kun kilpailunrajoitus on omiaan vaikuttamaan Euroopan unionin jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, kilpailunrajoitukseen sovelletaan kilpailulain lisäksi SEUT 101 ja 102 artiklan säännöksiä. Kilpailunrajoitus voi olla omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan, kun riittävällä todennäköisyydellä voidaan ennakoita, että kilpailunrajoituksella voi olla yhteismarkkinoiden kannalta merkityksellinen välitön tai välillinen, todellinen tai potentiaalinen vaikutus jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteeseen.²⁷
49. Vertikaaliset sopimukset, jotka ulottuvat yhden jäsenvaltion koko alueelle, voivat myös olla omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteisiin. Näin on erityisesti, jos sopimukset vaikeuttavat muista jäsenvaltioista olevien yritysten pääsyä kyseisille markkinoille,

²⁵ Ks. asia C-280/08 Deutsche Telekom v. komissio, § 173 oikeuskäytäntöviittauksineen.

²⁶ Asia 322/81 NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v. komissio, § 57 ja asia C-209/10 Post Danmark A/S v. Konkurrenserådet, § 23 sekä siinä viitattu oikeuskäytäntö.

²⁷ Hallituksen esitys laeiksi kilpailunrajoituksista annetun lain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta 11/2004 vp., s. 29.

esimerkiksi maahan sijoittautumalla.²⁸ Esimerkiksi toimittajan määräämillä yksinostovelvoitteilla voi olla tällainen sulkemisvaikutus.²⁹

50. Jäsenvaltion koko alueelle ulottuvan määräävän markkina-aseman, johon liittyy markkinoiden sulkemiseen perustuvaa väärinkäyttöä, katsotaan yleensä olevan omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Tämä siksi, että tällaisen väärinkäytön seurauksena muista Euroopan unionin jäsenvaltioista olevien kilpailijoiden on vaikea päästä markkinoille, mikä puolestaan on omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteisiin.³⁰ Myös jäsenvaltion sisäiseen kilpailulliseen markkinarakenteeseen vaikuttava, markkinoiden sulkemiseen perustuva väärinkäyttö voi olla omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Näin on erityisesti, jos yritys, joka on vaarassa tulla suljetuksi markkinoilta, toimii myös muissa jäsenvaltioissa.³¹
51. Woltin menettelyn vaikutukset kohdistuivat suomalaisiin ravintola- ja kuluttaja-asiakkaisiin. Toisaalta Wolt toimii emoyhtiönä useille konserniin kuuluville Wolt -tytäryhtiöille eri maissa, joista osa on Euroopan unionin jäsenvaltioita. Virasto katsoo, että Woltin menettelyllä on voinut olla vaikutusta kilpailevien ruoankuljetusalojen tuloon Suomen markkinoille ja se on näin ollen voinut aiheuttaa markkinoita sulkevia vaikutuksia.
52. KKV katsoo, että Woltin menettelyllä on voinut olla vaikutusta jäsenvaltioiden välisen kaupan rakenteeseen. Menettely on siten ollut omiaan vaikuttamaan tuntuvasti Euroopan unionin jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Virasto soveltaa asiassa kansallisen kilpailulain 5 § ja 7 §:n lisäksi SEUT 101 ja 102 artiklaa.

6.3.3 Yksinoikeussopimusten arvioinnin perusteet

53. Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen tekemien yksinoikeudellisten sopimusten kilpailuoikeudellisen arvioinnin lähtökohta on ollut, että kyseinen yritys syyllistyy SEUT 102 artiklassa tarkoitettuun määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön, kun se sitoo ostajia niin, että nämä sitoutuvat hankkimaan kyseiseltä yritykseltä kaikki tarvitsemansa tuotteet tai huomattavan osan niistä. Sillä, asetetaanko velvoite sellaisenaan vai antaako

²⁸ Komission tiedonanto EY:n perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa tarkoitettua kauppaan kohdistuvan vaikutuksen käsitettä koskevista suuntaviivoista (2004/C 101/07), § 86.

²⁹ Komission tiedonanto EY:n perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa tarkoitettua kauppaan kohdistuvan vaikutuksen käsitettä koskevista suuntaviivoista (2004/C 101/07), § 87.

³⁰ Komission tiedonanto EY:n perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa tarkoitettua kauppaan kohdistuvan vaikutuksen käsitettä koskevista suuntaviivoista (2004/C 101/07), § 93.

³¹ Komission tiedonanto EY:n perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa tarkoitettua kauppaan kohdistuvan vaikutuksen käsitettä koskevista suuntaviivoista (2004/C 101/07), § 94.

määrävässä asemassa oleva yritys sen vastineeksi alennuksia, ei ole merkitystä.³²

54. Yksinoikeudellisilla sopimuksilla on suuri potentiaali aiheuttaa poissulkevia vaikutuksia, koska ne ovat omiaan poistamaan asiakkaan tai myyjän valinnanvaran tarjonnan tai kysynnän mahdollisten lähteiden suhteen tai rajoittamaan sitä.³³ Yksinoikeudellisilla sopimuksilla ei kuitenkaan voida automaattisesti³⁴ katsoa olevan kykyä poissulkea kilpailijoita. Jos määrävässä markkina-asemassa oleva yritys näyttöön perustuen väittää hallinnollisessa menettelyssä, ettei sen toiminta ole voinut rajoittaa kilpailua tai aiheuttaa poissulkevia vaikutuksia, kilpailuviranomainen arvioi näitä väitteitä. Arvioitaessa edellä mainittuja väitteitä ja näyttöä on erityisesti otettava huomioon yrityksen määrävän markkina-aseman vahvuus merkityksellisillä markkinoilla, menettelyn markkinakattavuus, alennusten myöntämisedellytykset ja -tavat, alennusten kesto ja määrä sekä se, onko olemassa vähintään yhtä tehokaiden kilpailijoiden poissulkemiseen tähtäävä strategia.³⁵

6.3.4 Hintaparieteettiehtojen arvioinnin perusteet

55. Kapeita hintaparieteettiehtoja käsitellään vertikaalisia kilpailunrajoituksia koskevissa suuntaviivoissa³⁶. Kapeat pariteettiehdot, toisin kuin laajat³⁷, kuuluvat vertikaalisen ryhmäpoikkeusasetuksen³⁸ soveltamisalaan edellyttäen, että ehdon sisältävä sopimus täyttää ryhmäpoikkeuksen yleiset edellytykset. Poikkeusta SEUT 101 artiklan 1 kohdan sisältämään kieltoon, SEUT 101 artiklan 3 kohdan nojalla, sovelletaan edellyttäen, että sekä toimittajan että ostajan markkinaosuudet merkityksellisillä markkinoilla ovat enintään 30%.³⁹ Sopimuspuolten markkinaosuuksille asetetun kynnyksarvon ylittyessä sopimuksen kuulumista SEUT 101 artiklan 1 kohdan soveltamisalaan arvioidaan tapauskohtaisesti. Jos näin on, on tutkittava, täyttääkö ehdon sisältävä sopimus kyseisen artiklan 3 kohdan mukaisen poikkeuksen edellytykset.
56. Kapeat pariteettivelvoitteet poistavat välityspalvelujen ostajien suoramyyntin luoman kilpailupaineen alustoja kohtaan. Jos kilpailu

³² Asia C-85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v. komissio, § 89–90.

³³ Asia C-85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v. komissio, § 90 ja asia T-155/06 Tomra Systems ym. v. komissio, § 209.

³⁴ Asia C-680/20, Unilever Italia Mkt. Operations Srl v. AGCM, § 51 ja asia T-334/19 Google LLC ja Alphabet Inc. v. komissio ("Google AdSense"), § 384.

³⁵ Asia C-413/14 P, Intel v. komissio, § 138–139, asia C-680/20, Unilever Italia Mkt. Operations Srl v. AGCM, § 47–48 ja asia T-334/19 Google LLC ja Alphabet Inc. v. komissio ("Google AdSense"), §§ 385 ja 389.

³⁶ Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01).

³⁷ Laajoilla pariteettiehdoilla tarkoitetaan välityspalvelujen tarjoajien asettamia, alustojen välisiä pariteettivelvoitteita. Kyseiset velvoitteet aiheuttavat sen, että välityspalvelujen ostajat eivät voi tarjota, myydä tai jälleenmyydä tavaroita tai palveluja loppukäyttäjille suotuisammin ehdoin kilpailevien verkossa toimivien välityspalvelujen kautta, Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01), § 253.

³⁸ SEUT 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin annettu komission asetus (EU) 2022/720 ("vertikaalinen ryhmäpoikkeusasetus").

³⁹ Vertikaalinen ryhmäpoikkeusasetus, 2 ja 3 artikla.

välityspalvelujen tarjonnassa on vähäistä, kapeat pariteettiehdot saattavat antaa alustoille mahdollisuuden ylläpitää korkeampia palveluhintoja, mikä mahdollisesti nostaa välitettyjen tuotteiden vähittäishintoja.⁴⁰

57. Kapeiden hintapariteettiehtojen mahdollisten tehokkuushyötyjen arvioimisessa on suuntaviivojen mukaan otettava huomioon muun muassa vapaamatkustajuusongelman⁴¹ todennäköisyys sekä alustan investointien käyttäjille tuottama objektiivinen lisäarvo.⁴² Yleiset hyödyt kuten käyttäjien myynninedistämiskustannusten yhdistäminen, hintaläpinäkyvyyden parantuminen tai pienemmät transaktiokustannukset täyttävät 101 artiklan 3 kohdan edellytykset vain, jos alusta pystyy osoittamaan, että väitetyn hyödyn ja pariteettivelvoitteen käytön välillä on suora syy-yhteys.⁴³

6.3.5 Woltin menettelyn arviointi

6.3.5.1 Yksinoikeussopimukset

58. Asiassa ei ole esitetty väitteitä tai sellaista näyttöä, joka velvoittaisi KKV:n arvioimaan Woltin menettelyn mahdollisia poissulkevia vaikutuksia.⁴⁴ Virasto on kuitenkin menettelyn oikeudellisen ja tosiasiallisen asia-yhteyden kuvaamiseksi analysoinut markkinoita ja markkinatoimijoiden käyttäytymistä.
59. Alustamarkkinoilla on yleisesti tunnustettu niin kutsuttu markkinoiden kallistuminen ("tipping"). Markkinoiden kallistumisella tarkoitetaan tilannetta, jossa markkina keskittyy verkostovaikutusten vuoksi yhdelle toimijalle niin, että sen kilpailijat poissulkeutuvat tai marginalisoituvat. Laajasti käytettynä, tai kriittisiin sopimuskumppaneihin kohdistettuna yksinoikeussopimukset voivat erityisesti määrävässä markkina-asemassa olevan yrityksen käyttäminä johtaa markkinoiden kallistumiseen.⁴⁵
60. Virasto on tarkastellut yksinoikeussopimusten vaikutusten arvioimiseksi ensiksi ruoankuljetusmarkkinoihin liittyviä tekijöitä ja ominaispiirteitä, jotka voivat johtaa markkinoiden kallistumiseen. Kilpailijan poissuljennan tai marginalisoitumisen todennäköisyyden arvioinnissa

⁴⁰ Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01), § 370.

⁴¹ Vapaamatkustajuudella viitataan tässä yhteydessä ilmiöön, jossa verkossa toimivien välityspalvelujen tarjoajien alustaansa tekemien investointien hyödyt valuvat kilpaileville alustoille tai välityspalvelujen ostajien suoramyynnin kautta. Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01), § 372.

⁴² Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01), § 373.

⁴³ Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevista suuntaviivoista (2022/C 248/01), § 373.

⁴⁴ Woltin toimittamat näkökohdat koskien KKV:n arviota yksinoikeus- ja hintapariteettiehtojen mahdollisesti tuottamista kilpailuongelmista eivät antaneet aihetta muuttaa viraston arviota.

⁴⁵ Ks. Carroni, E., Madio, L., & Shekhar, S. (2024). Superstar exclusivity in two-sided markets. *Management Science*, 70(2), 991-1011 sekä Bedre-Defolie, Ö., & Nitsche, R. (2020). When do markets tip? An overview and some insights for policy. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(10), 610-622.

merkityksellisenä voidaan pitää muun muassa verkostovaikutusten olemassaoloa, single-/multihoming-käyttäytymistä⁴⁶ ja vaihtamisen kustannuksia sekä alustojen liitännäistarjouksia, datapohjaista oppimista, luottamusta ja yhden asiakasryhmän ilmaisia palveluita.⁴⁷

61. Toiseksi virasto on tutkinut, onko markkinoiden kehityksessä jo havaittavissa merkkejä niiden kallistumisesta Woltin hyväksi, ja onko kyseinen kehitys liitettävissä Woltin yksinoikeussopimusten käyttöönottoon vuonna 2022. Virasto on tarkastellut markkinaosapuolten toimintaa, markkinan kehitystä, verkostovaikutusten roolia markkinalla, yksinoikeussopimusten osuutta markkinasta, sekä yksinoikeussopimusten vaikutusta kuluttajien käyttäytymiseen. Selvitykset perustuvat viraston Woltilta ja Foodoralta saamiin listauksiin niiden yksinoikeussopimuksista, niiden alkamisajankohdista sekä tilausrivikohtaiseen ravintolaruuan tilausaineistoon, joka kattaa kaikki alustojen kautta tehdyt tilaukset aikavälillä 9/2021–10/2023.⁴⁸
62. Virasto on arvioinut verkostovaikutusten olemassaolon erityisen kriittiseksi tekijäksi markkinan kallistumisen todennäköisyyden arvioinnissa ja siitä tehtyä analyysiä on kuvattu yksityiskohtaisemmin seuraavassa jaksossa.

Verkostovaikutukset

63. Verkostovaikutuksilla tarkoitetaan ilmiötä, jossa tuotteen tai palvelun arvo käyttäjälle kasvaa (tai laskee) sen käyttäjämäärän kasvaessa. Verkostovaikutukset voivat olla joko suoria tai epäsuoria. Suorat verkostovaikutukset tarkoittavat sitä, että tuotteen tai palvelun arvo kasvaa suoraan sen käyttäjämäärän kasvaessa. Epäsuorat verkostovaikutukset tarkoittavat puolestaan, että palvelun tai tuotteen arvo kasvaa käyttäjämäärän lisääntyessä, mutta tämä arvon kasvu ei ole suorassa suhteessa käyttäjämäärän kanssa, vaan se tapahtuu jonkin muun tekijän kautta. Esimerkiksi ruoankuljetusalustojen tapauksessa kuluttajien määrän kasvu alustalla voi houkuttaa lisää ravintoloita liittymään alustalle, mikä kasvattaa alustan arvoa kuluttajille.
64. Verkostovaikutukset voivat luoda positiivisen palautteen kierteen, joka voi johtaa markkinoiden keskittymiseen. Ruoankuljetusalustojen tapauksessa kuluttajien määrän kasvu alustalla houkuttelee alustalle lisää ravintoloita, mikä saa yhä useamman kuluttajan käyttämään alustaa, mikä taas houkuttelee edelleen lisää ravintoloita alustalle, ja niin edelleen. Tämä voi vahvistaa määräävän markkina-aseman

⁴⁶ Single- v. multihomingilla viitataan ravintoloiden ja loppuasiakkaiden sitoutumiskäyttäytymiseen, toisin sanoen siihen, kuinka monta kilpailevaa alustaa ne käyttävät.

⁴⁷ Bedre-Defolie, Ö., & Nitsche, R. (2020). When do markets tip? An overview and some insights for policy. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(10), 610–622.

⁴⁸ Wolt - Vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston aineistopyyntöön 1.3.2023 ja Wolt - Vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston aineistopyyntöön 10.11.2023.

omaavan yhtiön asemaa ja tehdä markkinoille pääsyn uusille kilpailijoille vaikeaksi tai marginalisoida jo markkinalla toimivat kilpailijat.

Verkostovaikutusten arviointi

65. Oikeuskäytännössä tai empiirisessä taloustieteellisessä tutkimuskirjallisuudessa ei ole vakiintunutta tapaa arvioida yksinoikeussopimusten vaikutusta markkinoiden kallistumisen todennäköisyyteen. KKV on tunnistanut ruoantilaus- ja kuljetusalojen markkinoiden keskeiseksi kallistumiseen vaikuttavaksi riskitekijäksi kuluttajien ja ravintoloiden käyttäytymiseen liittyvät verkostovaikutukset. Tästä syystä virasto on tarkastellut erityisesti yksinoikeussopimusten vaikutuksia asiakkaiden valintaan alustojen välillä.
66. Kun ravintola tekee yksinoikeussopimuksen Woltin kanssa, osa asiakkaista, jotka tilasivat ennen sopimusta kyseisestä ravintolasta Foodoran kautta, ryhtyy tilaamaan ravintolasta Woltin välityksellä. Yksinoikeussopimuksen ansiosta Wolt siis voittaa kilpailijaltaan osan tämän kautta ravintolasta tehdyistä tilauksista. Sen lisäksi osa ravintolan perässä Woltille siirtyvistä asiakkaista saattaa lisätä muutenkin ostojaan Woltilta. Osa tästä Woltiin kohdistuvasta kysynnän kasvusta on kilpailevalta alustalta siirtyviä tilauksia. Asiakkaiden reaktioiden eräänlaisina ääripäinä voidaan siis pitää yhtäältä asiakasta, joka lopettaa kokonaan tilaamisen kyseisestä ravintolasta, eikä lisää ostojaan Woltilta, ja toisaalta kuluttajaa, joka siirtyy käyttämään yksinomaan Woltia.
67. Sillä, kuinka suuren osan kysynnästä kuluttajat siirtävät yksinoikeussopimuksen myötä kilpailijalta toiselle, on keskeinen merkitys sopimuksen mahdollisen poissulkevan vaikutuksen kannalta. Yksinoikeussopimuksen myötä Woltille siirtyvän kysynnän volyymia voidaan pitää verkostovaikutusten mittarina, koska asiakassiirtymät ovat seurausta ravintoloiden keskittymisestä alustan toiselle puolelle.
68. Virasto on arvioinut edellä kuvattuja yksinoikeussopimusten vaikutuksia Woltin ja Foodoran tilausrivikohtaisten aineistojen avulla. Tunnistamalla aineistoista yksinoikeusravintolat ja niistä tilauksia tehneet asiakkaat KKV on laskenut, missä määrin kuluttajat siirtyvät alustalta toiselle yksinoikeusravintolan perässä, sekä missä määrin siirtyvät asiakkaat siirtävät myös muita ostojaan kuin yksinoikeusravintolasta tehtyjä ostoja.
69. Virasto on määritellyt Foodoralta Woltille siirtyviksi asiakkaiksi asiakkaat, jotka tilasivat ravintolasta Foodoran kautta niiden kolmen kuukauden aikana, jotka edelsivät ravintolan ja Woltin välisen yksinoikeussopimuksen voimaantuloa, ja jotka tilasivat samasta ravintolasta Woltin kautta kolmen kuukauden ajanjaksona sopimuksen voimaantulon jälkeen.⁴⁹

⁴⁹ Virasto sovelsi analyysissään myös vaihtoehtoista määritelmää, jossa asiakkaan piti olla tehnyt ostoja lähtöalustaltaan korkeintaan kuukautta ennen sopimuksen voimaantuloa sekä ostoja kohdealustaltaan korkeintaan kuukautta voimaantulon jälkeen.

Foodoran yksinoikeussopimusten myötä siirtyvät asiakkaat, eli Woltilta Foodoralle siirtyvät asiakkaat, on määriteltävä vastaavalla tavalla.

70. Viraston laskelmien perusteella kuluttajien siirtyminen alustalta toiselle yksinoikeusravintolan perässä on epäsymmetristä. Woltin yksinoikeussopimuksen aikaansaama asiakassiirtymä Foodoralta Woltille on merkittävästi suurempi kuin Foodoran sopimukseen liittyvä siirtymä Woltilta Foodoralle. Toisin sanoen, kun ravintola tekee yksinoikeussopimuksen Woltin kanssa, suhteellisesti suurempi osuus asiakkaista ryhtyy tilaamaan ravintolasta uudelta alustalta kuin päivinvastaisessa tilanteessa, jossa ravintola tekee sopimuksen Foodoran kanssa.
71. Arvioidakseen asiakkaiden alustalta toiselle siirtämien muiden ostojen arvoa virasto on laskenut siirtyvien asiakkaiden keskimääräiset ostot (pois lukien ostot yksinoikeusravintolasta) kummaltakin alustalta kolmen kuukauden ajanjaksona ennen ja jälkeen asiakkaan seuraaman ravintolan yksinoikeussopimuksen voimaantuloa. Analyysi osoittaa Foodoralta Woltille siirtyvien kuluttajien vievän mukanaan merkittävän määrän myös muita ostojaan yksinoikeusravintolasta tehtyjen ostojen lisäksi. Päivinvastaisessa tilanteessa, jossa ravintola tekee yksinoikeussopimuksen Foodoran kanssa, ravintolan perässä siirtyvät asiakkaat siirtävät muita ostojaan vain vähäisessä määrin.
72. Edellä kuvatut Woltin ja Foodoran yksinoikeussopimusten epäsymmetriset vaikutukset viittaavat siihen, että Wolt on kyennyt verkostovaikutusten ansiosta hyötymään enemmän yksinoikeussopimuksista kuin Foodora. Woltin kyky verkostovaikutusten hyödyntämiseen perustuu KKV:n arvion mukaan osaltaan Woltin vahvaan markkina-asemaan. Toisin sanoen, analyysin perusteella Wolt vaikuttaa saavuttaneen markkinoilla aseman, jossa yksinoikeussopimukset vahvistavat markkinoiden kallistumista Woltin hyväksi.
73. Edellä kuvatut tulokset perustuvat yksinkertaiseen siirtyvien asiakkaiden ostosten vertailuun ennen ja jälkeen yksinoikeussopimuksen voimaantulon. Sen vuoksi on periaatteessa mahdollista, että havaitut tulokset voivat selittyä myös markkinoilla tapahtuneilla muilla muutoksilla, jotka tapahtuivat samaan aikaan yksinoikeussopimusten voimaantulon kanssa. Tästä syystä virasto on toistanut tarkastelun myös ekonometrisin menetelmin, jotka mahdollistavat markkinoilla tapahtuneiden, havaitsemattomien muutosten vaikutuksen puhdistamisen tuloksista. Käytännössä virasto on verrannut ero eroissa -menetelmän avulla siirtyvien asiakkaiden käyttäytymistä kontrolliryhmään eli asiakkaisiin, jotka eivät siirtyneet yksinoikeussopimuksen myötä alustalta toiselle. Tulosten perusteella Woltin yksinoikeussopimukset siirtävät merkittävän määrän myös muuta kysyntää Foodoralta Woltille. Foodoran yksinoikeussopimuksilla ei ole vastaavaa vaikutusta.
74. Virasto on tarkastellut verkostovaikutuksia myös ravintoloiden näkökulmasta. Tarkasteltavana oli erityisesti kysymys siitä, miten

yksinoikeussopimusten myötä alustoille siirtyvät asiakkaat vaikuttavat sellaisten ravintoloiden valintaan alustojen välillä, jotka eivät tehneet yksinoikeussopimusta kummankaan alustan kanssa.⁵⁰ Kuvailevan analyysin perusteella ravintoloiden singlehoming lisääntyi Woltilla mutta väheni Foodoralla yksinoikeussopimusten voimaantulon jälkeisenä ajanjaksona. Tulos viittaa siihen, että yksinoikeussopimusten myötä Woltille siirtyvät kuluttajat vaikuttavat enemmän ravintoloiden alustan valintaan kuin Foodoralle siirtyvät kuluttajat. Kyseinen kehitys on osaltaan omiaan vahvistamaan verkostovaikutuksille tyypillistä positiivisen palautteen kierrettä.

75. Siitä huolimatta, että lyhyellä aikavälillä kilpailu yksinoikeussopimuksista lisääntyi ja yksinoikeussopimuksia tarjottiin ravintoloille aiempaa alhaisemmilla komissioilla, asiassa tehtyjen selvitysten perusteella virasto katsoo, että Woltin markkina-asema ja sen tekemät yksinoikeussopimukset voivat olla omiaan johtamaan kilpailijan marginalisoitumiseen tai poissulkeutumiseen. Tämä puolestaan voi johtaa esimerkiksi hintojen nousuun tai laadun heikentymiseen. Asian lopputulos huomioiden virasto ei kuitenkaan ota lopullisesti kantaa toiminnan haitallisuuteen tai poissuljennan todennäköisyyteen.

6.3.5.2 Hintaparieteettiehdot

76. Perusteluina hintaparieteettiehtojen soveltamiselle Wolt on esittänyt muun muassa, että kapea hintaparieteettiehto takaa Woltin tarjoaman hinnan kilpailukykyisyyden ja vähentää loppuasiakkaiden hakukustannuksia. Toiseksi Woltin mukaan hintaparieteettiehto on keskeinen ravintoloiden vapaamatkustuksen estämiseksi. Loppuasiakkaiden kannalta Wolt on perustellut hintaparieteettiehtojen soveltamista myös muun muassa yleisillä kuluttajansuojelua koskevilla näkökohdilla.⁵¹
77. KKV:n arvion mukaan Woltin soveltama kapea hintaparieteettiehto estää ravintolaa eriyttämstä hintojaan niin, että Woltin kautta tilattaessa hintaan lisättäisiin Woltin ravintolalta veloittama komissio, esimerkiksi 25 %, annoksen hinnasta. Täten ravintola joutuu siirtämään komission kaikkiin hintoihinsa. Vaihtoehtoisesti ravintola voi pyrkiä eriyttämään tarjontaansa varioimalla alustalla myytävien tuotteiden annoskokoja tai valikoimaa. Parieteettiehto voi myös poistaa ravintolan suoramyyntiin Woltille aiheuttaman rajallisen kilpailupaineen, mikä puolestaan mahdollistaisi Woltille suuremman komission verrattuna tilanteeseen, jossa pariteettiehtoa ei olisi. Teorian mukaan ravintola on kuitenkin valmis hyväksymään korkean komissioprosentin, koska Wolt-alustan ulkopuolella se menettää Woltin tuoman kysynnän, mutta

⁵⁰ Analyysi rajattiin ravintoloihin, jotka toimivat alueilla, joissa molemmat alustat olivat läsnä.

⁵¹ Woltin vastaus Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityspyyntöön 2.12.2022, s. 17–18.

joutuu silti kohtaamaan Wolt-alustalla olevien ravintoloiden tuoman lisääntyneen kilpailun paineen.⁵²

78. Virasto on selvittänyt ravintoloiden käyttäytymistä ja hintapariteettiehdon vaikutuksia ravintoloille lähetetyllä kyselytutkimuksella⁵³. Ravintolat, jotka kyselyssä vastasivat, että sopimuksessa alustan kanssa on pariteettiehto, vastasivat useammin vievänsä hinnankorotukset molempiin myyntikanaviin ja/tai eriyttävänsä valikoimaansa, kuin ravintolat, jotka kyselyssä vastasivat, ettei niillä ole pariteettiehtoa. Kyselytutkimuksen mukaan osa Woltia käyttäneistä ravintoloista oli myös hintapariteettiehdosta huolimatta nostanut hintoja vain alustalla. Merkittävä osa vastaajista ilmoitti, että komissio ei ollut vaikuttanut hinnoitteluun tai valikoimaan.
79. Viraston arvion mukaan ravintoloiden vapaamatkustajuuden riski on vähäinen. Ravintoloiden suorien take away -myyntien merkitys on pieni, eikä ravintolassa syöminen viraston arvion mukaan ole korvaava vaihtoehto kuljetetulle ruoalle. Huomionarvoista on myös se, että Foodora toimi ruoankuljetusmarkkinoilla ilman vastaavaa hintapariteettiehtoa. Lisäksi Wolt oli poikennut hintapariteettiehdosta osassa niitä sopimuksia, jotka myynnillä mitattuna tuottivat Woltille eniten liikevaihtoa. Asian lopputulos huomioiden virasto ei kuitenkaan ota lopullista kantaa siihen, voivatko pariteettiehtojen mahdolliset tehokkuushyödyt riittää kompensoimaan kuluttajille ja ravintoloille niistä aiheutunutta haittaa.

7 Johtopäätökset

80. Kilpailulain 31 §:n mukaan Kilpailu- ja kuluttajavirasto selvittää kilpailunrajoituksia ja niiden vaikutuksia. KKV ryhtyy toimenpiteisiin kilpailunrajoituksen tai sen vahingollisten vaikutusten poistamiseksi, jos se katsoo elinkeinonharjoittajan tai elinkeinonharjoittajien yhteenliittymän rajoittavan kilpailua 5 tai 7 §:ssä taikka SEUT 101 tai 102 artiklassa tarkoitetulla tavalla ja toimenpiteisiin ryhtyminen on tarpeen terveen ja toimivan kilpailun turvaamiseksi markkinoilla.
81. Wolt ilmoitti 26.4.2024, että se luopuu 30.9.2024 sekä yksinoikeusehtojen että hintapariteettiehtojen sisällyttämisestä ravintoloiden kanssa tehtäviin sopimuksiin. Wolt toimitti 13.2.2025 KKV:lle selvityksen siitä, että se on ilmoituksensa mukaisesti luopunut ravintolasopimustensa yksinoikeus- ja hintapariteettiehdoista. Näin ollen KKV ei pidä tarpeellisenä jatkaa asian selvittämistä.
82. Edellä esitetyillä perusteilla KKV poistaa asian käsittelystä.

⁵² Gomes, R., & Mantovani, A. (2024). Regulating platform fees under price parity. Journal of the European Economic Association, jvae014.

⁵³ Kilpailu- ja kuluttajaviraston kysely ravintoloille 13.-14.10.2022.

83. Kilpailu- ja kuluttajavirasto voi ottaa asian uudelleen käsiteltäväksi, mikäli se saa uutta tietoa, jonka perusteella on syytä epäillä asiassa käsitellyn menettelyn olevan kilpailulain vastaista.

8 Sovelletut säännökset

Kilpailulaki (948/2011) 4 §, 5 §, 7 § ja 31 §.

Sopimus Euroopan unionin toiminnasta 101 ja 102 artikla.

9 Muutoksenhaku

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 49 a §:n perusteella siten kuin oikeudenkäynnistä hallintoasioissa annetussa laissa (808/2019) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

10 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antavat erityisasiantuntija Laura Kariranta, p. 029 505 3318 ja vanhempi ekonomisti Janna Öberg, p. 029 505 3016. Sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Johtaja, yksikön päällikkö

Sari Hiltunen

Erityisasiantuntija

Laura Kariranta