

**Kilpailu- ja kuluttajaviraston päätös jatkoselvitykseen ryhtymisestä  
yrityskauppa-asiassa PostNord Strålfors Oy / Edita Prima Oy**

Sisällys

1	Asia.....	3
2	Asian vireilletulo.....	3
3	Ratkaisu.....	3
4	Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta .....	3
5	Yrityskauppa- ja kilpailuviraston sääntöjen soveltuminen järjestelyyn.....	3
6	Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista ja osapuolten markkina- asemasta.....	4
6.1	Johdanto .....	4
6.2	Asiakasviestinnän hallintapalvelut (CCM-palvelut) .....	4
6.3	Transaktiotulostuksen lopputuotteiden jakelupalveluiden hankinta.....	6
7	Yrityskaupan kilpailuvaikutukset .....	6
7.1	Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista .....	6
7.2	KKV:n alustava arvio yrityskaupan kilpailuvaikutuksista .....	8
8	Johtopäätös.....	9
9	Sovelletut säännökset .....	9
10	Muutoksenhaku.....	9
11	Lisätiedot.....	9

## 1 Asia

Jatkoselvitykseen ryhtyminen yrityskauppa-asiassa PostNord Strålfors Oy / Edita Prima Oy.

## 2 Asian vireilletulo

Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV" tai "virasto") on 3.10.2023 ilmoitettu järjestely, jossa PostNord Strålfors Oy ("Strålfors" tai "ilmoittaja") hankkii yksinomaisen määräsvallan Edita Prima Oy:ssä ("Edita Prima").

## 3 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa kilpailulain (948/2011) 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.

## 4 Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

1. **Strålfors**<sup>1</sup> toimii digitaalisen viestinnän markkinoilla, joilla se kehittää ja tarjoaa viestintä-, laskutus- ja maksuratkaisuja yrityksille. Lisäksi Strålforsin ydintoimintoihin kuuluvat fyysisten postilähetysten tulostaminen sekä kuorituspalvelut. Strålfors tarjoaa myös rajallisesti graafisten tuotteiden painopalveluita. Strålfors toimii Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa.
2. **Edita Prima** on erikoistunut yritysten ja organisaatioiden asiakasviestintäpalveluihin. Edita Prima tarjoaa transaktiotulostuspalveluita sekä vähäisessä määrin digitaalisia asiakasviestinnän hallintapalveluita. Lisäksi Edita tarjoaa painotuotepalveluita, jotka koostuvat suoramainontapalveluista, esitteiden ja muiden tuotteiden painatuksesta sekä painotuotteiden varastointi- ja logistiikkapalveluista.

## 5 Yrityskauppavalvontaa koskevien säännösten soveltuminen järjestelyyn

3. KKV:lle toimitetun yrityskauppailmoituksen mukaan Strålfors hankkii Edita Priman koko osakekannan. Järjestelyssä on kyse kilpailulain 21 §:n 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettusta määräsvallan hankkimisesta.
4. PostNordin Suomesta kertynyt liikevaihto oli vuonna 2021 noin 176,6 miljoonaa euroa. PostNordin Suomesta kertynyt liikevaihto ylitti 100 miljoonaa euroa myös vuonna 2022. Edita Priman oikaistu liikevaihto 30.6.2022 päättyneellä tilikaudella oli noin [REDACTED] miljoonaa euroa, joka kertyi lähes kokonaan Suomesta.<sup>2</sup> Koska kilpailulain 22 §:n mukaiset liikevaihtorajat ylittyvät, järjestelyyn sovelletaan kilpailulain yrityskauppavalvontaa koskevia säännöksiä.

<sup>1</sup> Strålfors on osa PostNord Group -konsernia ("PostNord"), jossa määräsvalltaa käyttävät Ruotsin valtio ja Tanskan valtio. PostNord on Pohjoismaissa toimiva logistiikka- ja viestintäratkaisuja tarjoava yhtiö.

<sup>2</sup> Edita Priman 30.6.2022 päättyneen tilikauden pituus on ollut 18 kuukauden pituinen. Tilikauden kokonaisliikevaihto oli noin 67,8 miljoonaa euroa, josta [REDACTED] miljoonaa euroa kertyi Suomesta. Yrityskauppailmoitusta varten liikevaihtoa on laskennallisesti oikaistu vastamaan 12 kuukautta.

5. Kilpailulain 26 §:n 1 momentin mukaan Kilpailu- ja kuluttajavirasto ratkaisee ensi vaiheessa, onko asiassa ryhdyttävä jatkoselvitykseen. Jos Kilpailu- ja kuluttajavirasto ei anna päätöstä jatkoselvitykseen ryhtymisestä 23 työpäivän kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ryhtyy asiassa jatkoselvitykseen tällä 23 työpäivän kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta antamallaan päätöksellä.

## 6 Ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista ja osapuolten markkina- asemasta

### 6.1 Johdanto

6. Ilmoittajan mukaan yrityskaupan osapuolilla on päällekkäistä toimintaa asiakasviestinnän hallintapalveluiden (*customer communications management*, "CCM-palvelut") sekä painotuotepalveluiden<sup>3</sup> markkinoilla. Lisäksi molemmat osapuolet hankkivat jakelupalveluita transaktiotulostetulle kirjepostille. Ilmoittajan mukaan relevantteja markkinoita tulee tarkastella valtakunnallisina.

### 6.2 Asiakasviestinnän hallintapalvelut (CCM-palvelut)

7. Ilmoittajan mukaan CCM-palveluihin kuuluvat tuotteet ja palvelut, joiden tarkoituksena on kehittää lähtevän viestinnän tuottamista, jakamista, tallentamista ja prosessointia. CCM-palveluihin sisältyvät siten markkinointi, uusien tuotteiden esittely, uusimisilmoitukset, vaatimusten käsittelyyn liittyvä viestintä ja dokumentaatio sekä lasku- ja maksuilmoitukset.
8. Ilmoittajan mukaan CCM-palveluiden markkinaa tulee tarkastella sisällyttäen siihen sekä digitaaliset CCM-palvelut että perinteiset CCM-palvelut eli transaktiotulostuspalvelut. Digitaalisiin CCM-palveluihin sisältyy ilmoittajan mukaan yritysten ja viranomaisten hallinnollinen viestintä. Tyypillisiä hallinnollisen viestinnän digitaalisia dokumentteja ovat esimerkiksi laskut, tiliotteet, palkkakuitit ja veroilmoituslomakkeet. Digitaaliset CCM-palvelut koostuvat tyypillisesti viestinnästä useamman keskeisen digitaalisen viestinkanavan välityksellä sekä viestintään yhdistetyistä lisäarvopalveluista. Perinteisillä CCM-palveluilla eli transaktiotulostuspalveluilla puolestaan tarkoitetaan esimerkiksi nimillä, osoitteilla tai muilla henkilötiedoilla personoitujen fyysisten dokumenttien, kuten laskujen ja muiden hallinnollisten dokumenttien, käsittelyn, suunnittelun, kuorituksen ja postituksen palveluita. Transaktiotulostuspalvelut eroavat yleisistä tulostuspalveluista, joissa tulostettu tuote ei sisällä personointia tai kuoritusta toimitusta varten.
9. Ilmoittajan arvion mukaan sekä digitaaliset että perinteiset CCM-palvelut käsittävän markkinan arvo Suomessa vuonna 2022 oli noin 304 miljoonaa euroa, josta Strålforsin markkinaosuus oli [5–10]<sup>4</sup> prosenttia, Edita Priman [5–10] prosenttia ja osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus [10–20] prosenttia. Osapuolten

<sup>3</sup> Painotuotepalvelut sisältävät laajan valikoiman fyysisiä tulostuspalveluita erilaisiin yritysten ja yksityishenkilöiden tarpeisiin. Painotuotepalveluissa osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus jäi ilmoittajan arvion mukaan [0–5] prosenttiin markkinan arvon ollessa Suomessa vuonna 2021 noin 600 miljoonaa euroa. Ilmoittajan arvion mukaan markkinaosuuksissa ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia vuosien 2021 ja 2022 välillä.

<sup>4</sup> Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

tärkeimmät kilpailijat olivat Posti<sup>5</sup> (markkinaosuus [20–30] %), CGI Suomi Oy ([10–20] %), Visma Solutions Oy ([10–20] %), Ropo Capital Oy ([10–20] %), Tietoevry Oyj ([5–10] %) ja Basware Oy ([0–5] %).

10. Ilmoittaja on tarkastellut CCM-palveluiden markkinoita myös jaoteltuna digitaalisiin CCM-palveluihin ja perinteisiin CCM-palveluihin eli transaktiotulostuspalveluihin. Näin tarkasteltuna osapuolten päällekkäisyys on merkittävintä transaktiotulostuspalveluissa.<sup>6</sup>
11. Tarkasteltaessa transaktiotulostuspalveluiden markkinaa, tulisi tarkastelussa ottaa ilmoittajan näkemyksen mukaan huomioon myös jakeluvolyymi. Lisäksi markkinalle tulisi sisällyttää myös osoitteellista suoramarkkinointia (*addressed direct marketing*, "ADM") tarjoavien ADM-toimijoiden<sup>7</sup> myynnit. Osoitteellisella suoramarkkinoinnilla tarkoitetaan vastaanottajalle nimellä ja osoitteella postitse erillislähetyksenä toimitettavaa markkinointia tai mainontaa.
12. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja transaktiotulospalveluiden markkinasta sisältäen sekä jakelun että ADM-toimijoiden osuudet mutta myös ilman näitä. Alla taulukossa 1 esitetään ilmoittajan arviot markkinoiden arvosta sekä osapuolten markkinaosuuksista kullakin tarkastelutavalla.

*Taulukko 1: Transaktiotulostuspalveluiden markkinan arvo sekä osapuolten markkinaosuudet Suomessa vuonna 2022.<sup>8</sup>*

	Strålfors	Edita Prima	Osapuolet yhteensä	Markkinan arvo (MEUR)
Transaktiotulostus (sis. jakelu ja ADM)	[10–20] %	[10–20] %	<b>[30–40] %</b>	181
Transaktiotulostus (sis. jakelu, pl. ADM)	[20–30] %	[20–30] %	<b>[40–50] %</b>	150
Transaktiotulostus (sis. ADM, pl. jakelu)	[20–30] %	[20–30] %	<b>[40–50] %</b>	45
Transaktiotulostus (pl. jakelu ja ADM)	[20–30] %	[20–30] %	<b>[50–60] %</b>	34

13. Ilmoittajan mukaan osapuolten tärkein kilpailija transaktiotulostuspalveluiden markkinalla Suomessa vuonna 2022 oli Posti, jonka markkinaosuus vaihteli tarkastelutavasta riippuen [20–30] prosentista [40–50] prosenttiin. Muita kilpailijoita olivat ilmoittajan mukaan Åland Post Ab (markkinaosuus tarkastelutavasta riippuen [0–5]–[5–10] %) ja Hansaprint Oy ([0–5]–[5–10] %). Mikäli tarkastelussa otetaan huomioon myös ADM-toimijat, niiden yhteenlaskettu markkinaosuus oli ilmoittajan arvion mukaan [10–20] prosenttia jakelun osuuden sisältävällä tarkastelulla ja [20–30] prosenttia, kun jakelun osuutta ei huomioida.

<sup>5</sup> Postilla viitataan Posti-konserniin, jonka emoyhtiö on Posti Group Oyj. Konserniin kuuluu muun muassa Posti Messaging Oy.

<sup>6</sup> Digitaalisissa CCM-palveluissa osapuolten markkinaosuus jäi ilmoittajan arvion mukaan [0–5] prosenttiin markkinan arvon ollessa noin 130 miljoonaa euroa Suomessa vuonna 2022.

<sup>7</sup> ADM-toimijoita ovat ilmoittajan mukaan muun muassa Grano Diesel Oy, PunaMusta Oy, Mailhouse Oy, Pro Mail Oy, Next Print Oy ja JP Postitus Oy.

<sup>8</sup> Tiedot perustuvat ilmoittajan arvioihin. Markkinoiden arvossa ei ole huomioitu in-house-tuotantoa.

### 6.3 Transaktiotulostuksen lopputuotteiden jakelupalveluiden hankinta

14. Ilmoittaja on tarkastellut osapuolten asemaa myös hypoteettisella transaktiotulostuksen lopputuotteiden jakelupalveluiden ostomarkkinalla. Ilmoittajan mukaan markkinaa ei kuitenkaan ole tarkoituksenmukaista rajata transaktiotulostuksessa tarvittaviin jakelupalveluihin, sillä kyseiset palvelut ovat vastaavia muissakin yrityskirjeissä.
15. Ilmoittajan mukaan tarve jakelupalveluille riippuu siitä, onko transaktiotulostuspalveluiden tarjoaja vertikaalisesti integroitunut eli toimiiko se myös jakelupalveluiden markkinalla. Yrityskaupan osapuolet eivät ole vertikaalisesti integroituneita toimijoita, vaan ne alihankkivat transaktiotulostuspalveluiden osana tarvittavan jakelun Jakeluyhtiö Suomi Oy:ltä ("JYS") ja Postilta. Sen sijaan osapuolten läheisin kilpailija, Posti Messaging Oy, käyttää Posti-konsernin jakelupalveluita.
16. Ilmoittajan arvion mukaan transaktiotulostuksen jakelupalveluiden ostomarkkinan arvo Suomessa vuonna 2022 oli noin 61 miljoonaa euroa, josta Strålforsin markkinaosuus oli [30–40] prosenttia, Edita Priman [40–50] prosenttia ja osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus [70–80] prosenttia. Muita transaktiotulostuksen lopputuotteiden jakelupalveluita hankkivia toimijoita ovat Åland Post Ab (markkinaosuus [10–20] %), Hansaprint Oy ([5–10] %) sekä pienemmät transaktiotulostustalot ([5–10] %).<sup>9</sup>

## 7 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

### 7.1 Ilmoittajan näkemys yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

17. Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskauppa ei olennaisesti estä tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. Yrityskauppa on luonnollinen seuraus tulostus- ja painotuotealan dynamiikan merkittävästä muutoksesta, joka johtaa transaktiotulostuksen myynnin tasaiseen laskuun. Ilmoittajan arvion mukaan perinteisten transaktiotulostuspalveluiden kysyntä laskee vuosittain noin 10–15 prosenttia. Muutoksen myötä painokapasiteetin käyttöaste laskee ja suhteelliset kiinteät kustannukset nousevat. Yrityskauppa on ilmoittajan mukaan siten tarpeellinen kannattavien käyttöasteiden ja kustannustasojen ylläpitämiseksi osapuolten jäljellä olevissa tuotantolaitoksissa.
18. Osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet jäävät tarkastelluilla markkinoilla pääasiassa maltillisiksi. Kun transaktiotulostusta tarkastellaan ilmoittajan näkemyksestä poiketen digitaalisista CCM-palveluista erillään, osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus vaihtelee tarkastelutavasta riippuen [30–40] ja [50–60] prosentin välillä. Ilmoittajan mukaan markkinaosuus ei kuitenkaan nouse tasolle, joka olisi osoitus määrävästä markkina-asemasta.

<sup>9</sup> Ilmoittajan mukaan ostomarkkinan tarkastelu jättää huomiotta vertikaalisesti integroituneen Postin omassa konsernissaan tuottamat jakelupalvelut. Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja myös siten, että niissä on huomioitu Posti-konsernin sisäiset ostot. Näin tarkasteltuna transaktiotulostuksen jakelupalveluiden ostomarkkinan arvo Suomessa vuonna 2022 oli noin 114 miljoonaa euroa, josta osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus oli [30–40] prosenttia. Posti Messagingin Oy:n osuus ostoista oli ilmoittajan arvion mukaan [40–50] prosenttia. Posti-konsernin sisäisten ostojen lisäksi ostomarkkinan tarkastelu jättää huomiotta laskujen elinkaari palveluissa toimivat palveluntarjoajat, jotka ostavat huomattavan paljon jakelupalveluita suoraan Postilta ja jälleenmyyvät jakelun edelleen osana omaa palveluaan. Nämä suorat postimaksuymynnit eivät näy transaktiotulostuksen jakelupalveluiden ostomarkkinaa koskevilla markkinatiedoissa. Myös monet suuret lähettäjäasiakkaat, kuten pankit ja teleoperaattorit, ostavat jakelupalveluita suoraan Postilta.

19. Ilmoittajan mukaan markkinaosuuksien tarkastelu transaktiotulostuksessa ei anna realistista kuvaa yrityskaupan seurauksena syntyvän keskittymän markkinavoimasta. Transaktiotulostuksessa on tyypillistä, että palveluntarjoajan myynnistä merkittävä osa kohdistuu yhdelle tai muutamalle keskeiselle asiakkaalle ja suuren asiakkaan menettäminen uudessa tarjouskilpailussa vaikuttaa tyypillisesti voimakkaasti yksittäisen palveluntarjoajan markkinaosuuteen. Kilpailutusten kohteena olevat sopimukset ovat monivuotisia, jolloin palveluntarjoajalle voi aiheutua asiakkaan menettämisestä korkeita kiinteitä kustannuksia yhdistettynä alhaisiin käyttöasteisiin. Kilpailu on siten kovaa, vaikka tarjouskilpailuun osallistuisi vain rajallinen määrä yrityksiä.
20. Osapuolten läheisin kilpailija erityisesti transaktiotulostuksessa on ilmoittajan mukaan Posti. Ilmoittajan arvion mukaan Posti on voittanut vuosina 2020–2022 lähes puolet sellaisista kilpailutuksista, joihin vähintään toinen yrityskaupan osapuolista on osallistunut.<sup>10</sup> Yrityskaupan osapuolten liiketoimintojen yhdistäminen mahdollistaisi entistä tehokkaamman kilpailijan syntymisen Postille, joka hyötyy sekä toimintansa laajuudesta että vertikaalisesta integraatiostaan jakelutoimintaan. Ilmoittajan mukaan yrityskauppa tulee siten lisäämään kilpailua transaktiotulostuspalveluiden markkinasegmentillä.
21. Ilmoittaja korostaa transaktiotulostuspalveluiden markkinoilla vallitsevien tasapainottavien tekijöiden merkitystä haitallisten kilpailuvaikutusten estämisessä. Toimijoiden ylikapasiteetti johtaa siihen, että kilpailu markkinoilla on toimijoiden lukumäärästä riippumatta kovaa, sillä kaikki yhtiöt kilpailevat hinnoilla kattaakseen suhteellisen korkeat kiinteät kustannuksensa. Myös pienemmät toimijat kykenevät tehokkaasti rajoittamaan mahdollisia hinnankorotuksia, sillä niillä on sekä mahdollisuus että kannustin lisätä toimitusmääriä, jos hinnat yrityskaupan seurauksena nousisivat.
22. Myös asiakkaiden tasapainottava neuvotteluvoima rajoittaa osapuolten markkinavoiman käyttöä. Transaktiotulostuksen asiakkaista suuri osa on asiantuntevia toimijoita, kuten pankkeja, viranomaisia, televiestintä- ja vakuutusyhtiöitä, joilla on huomattavaa markkinavoimaa ja joilla on mahdollisuus neuvotella itselleen suotuisat ostoehdot. Vastaavalla tavalla neuvotteluvoimaa on toimijoilla, jotka tarjoavat ulkoistettuja palveluita laskutusprosesseihin liittyen.
23. ADM-toimijoiden potentiaalinen kilpailu tasapainottaa niin ikään osapuolten markkinavoimaa. Pienemmät transaktiotulostustalot ja ADM-toimijat pystyvät jo nykyisellään kilpailemaan suoraan suurempien toimijoiden kanssa erityisesti pienemmistä CCM-palveluiden asiakkaista. Joidenkin korkeampia turvallisuusvaatimuksia käyttävien suurempien asiakkaiden edellyttämä tietoturvasertifikaatti ei kuitenkaan ole investointina merkittävä, minkä vuoksi potentiaalinen kilpailu osaltaan ehkäisee haitallisia kilpailuvaikutuksia transaktiotulostuspalveluiden markkinoilla.
24. Ilmoittajan mukaan yrityskauppa ei aiheuta haitallisia kilpailuvaikutuksia myöskään transaktiotulostustuotteiden jakelupalveluiden ostomarkkinalla. Ensinnäkään jakelupalveluiden ostomarkkinan tarkastelu ainoastaan

<sup>10</sup> Ilmoittajan arvio perustuu osapuolten käytössä olevaan aineistoon niistä kilpailutuksista, joihin osapuolet ovat osallistuneet.

transaktiotulostuksen näkökulmasta ei ole tarkoituksenmukainen edellä kuvatuista syistä. Joka tapauksessa keskittymällä ei olisi neuvotteluvoimaa Postia vastaan, sillä Posti on sille pakollinen kauppakumppani. Keskittymällä ei ole myöskään kannustimia vähentää ostojaan suhteessa JYS:een. JYS:n toimintamalli, jossa transaktiotulostustoimija tekee tulosteiden lajittelun, alentaa transaktiotulosteiden jakelukustannuksia [REDACTED]. Keskittymällä ei siten ole kannustinta käyttää neuvotteluvoimaansa suhteessa JYS:een tavalla, joka voisi haitata kilpailua.

## 7.2 KKV:n alustava arvio yrityskaupan kilpailuvaikutuksista

25. Asian selvitysvaihe huomioon ottaen virasto ei ota tässä päätöksessä täsmällisesti kantaa relevanttien markkinoiden määrittelyyn tai yrityskaupan kilpailuvaikutuksiin. Tässä päätöksessä esitetyt viraston kannanotot ovat alustavia, eivätkä ne muodosta tyhjentävää luetteloa mahdollisista kilpailuongelmista.
26. KKV on selvityksissään keskittynyt yrityskaupan kilpailuvaikutusten selvittämiseen etenkin perinteisten asiakasviestinnän hallintapalveluiden eli transaktiotulostuspalveluiden markkinoilla. Osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus transaktiotulostuspalveluiden markkinalla nousee yrityskaupan ilmoittajan virastolle toimittamien markkinatietojen perusteella merkittäväksi riippumatta siitä, sisällytetäänkö markkinalle myös jakelun ja ADM-palveluntarjoajien myynnin osuudet. Korkeimmillaan osapuolten yhteenlaskettu markkinaosuus nousee [50–60] prosenttiin tarkasteltaessa transaktiotulostuspalveluita ilman jakelun ja ADM-palveluntarjoajien osuuksia.
27. Virasto on tutkinnan ensimmäisessä vaiheessa toteuttanut osapuolten ja niiden kilpailijoiden asiakkaille suunnatun kyselyn, jonka tarkoituksena on ollut muun ohella selvittää kysynnän korvattavuutta perinteisten ja digitaalisten asiakasviestinnän hallintapalveluiden välillä. Kyselyn tulokset viittaavat siihen, etteivät digitaaliset ja perinteiset asiakasviestinnän hallintapalvelut kuulu samalle markkinalle.
28. Myös viraston markkinakuulemisessa on esitetty ilmoittajan markkinamäärittelystä poikkeavia näkemyksiä. Lausuntopalautteessa on todettu, että transaktiotulostuspalveluita tulisi tarkastella digitaalisista CCM-palveluista erillään. Lisäksi lausuntopalautteessa on katsottu, ettei jakelun ja ADM-toimijoiden osuuksia tulisi sisällyttää transaktiotulostuspalveluiden markkinalle. Osa lausunnonantajista on myös tuonut esiin huolensa transaktiotulostuspalveluiden markkinoiden keskittymisestä ja hintojen noususta. Lausuntopalautteessa on todettu, että yrityskaupan osapuolet ovat toisilleen keskeiset vaihtoehdot ja että yrityskauppa johtaisi duopoliin transaktiotulostuspalveluiden markkinalla. Erään lausunnonantajan mukaan huoli koskee erityisesti todella suurivolyymista transaktiotulostusta, jota voisivat yrityskaupan jälkeen tarjota vain yrityskaupan seurauksena syntyvä keskittymä ja Posti Messaging Oy.
29. KKV:n alustavan arvion mukaan yrityskauppa saattaa olennaisesti estää tehokasta kilpailua transaktiotulostuspalveluiden markkinoilla Suomessa. Jatkokäsittelyssä on tarpeen selvittää tarkemmin, tuleeko transaktiotulostuspalveluiden markkinaa tarkastella sisällyttäen siihen jakelun ja ADM-palveluntarjoajien



osuudet. Lisäksi on tarpeen selvittää osapuolten markkina-asemaa, kilpailun läheisyyttä ja mahdollisia osapuolten markkinavoimaa tasapainottavia tekijöitä relevantteilla markkinoilla.

## 8 Johtopäätös

30. KKV:n alustavan tarkastelun perusteella yrityskauppa saattaa aiheuttaa haitallisia kilpailuvaikutuksia etenkin transaktiotulostuspalveluiden markkinoilla Suomessa. Yrityskaupan kilpailuvaikutusten yksityiskohtainen tutkiminen jatkoselvityksessä on aiheellista.

## 9 Sovelletut säännökset

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

## 10 Muutoksenhaku

Kilpailulain 49 a §:n perusteella yrityskaupan ilmoittaja ei saa hakea muutosta tähän päätökseen valittamalla.

## 11 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erityisasiantuntija Tiia Sotamaa, puhelin 029 505 3083, sähköposti [tiia.sotamaa@kkv.fi](mailto:tiia.sotamaa@kkv.fi).

Ylijohtaja

Timo Mattila

Erityisasiantuntija

Tiia Sotamaa