

Yrityskaupan hyväksyminen: Fresh Servant Group Oy Ab ja BAMA Fresh Cuts Oy

Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") on 18.8.2026 ilmoitettu järjestely, jossa Fresh Servant Group Oy Ab ("Fresh" tai "ilmoittaja") hankkii yksinomaisen määräysvallan BAMA Fresh Cuts Oy:ssä ("BAMA" tai "kohde").

1 Yrityskaupan osapuolet ja ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista

Fresh on pääomasijoitusyhtiö Sponsor Capital Oy:n ("Sponsor") yritysryhmään kuuluva portfolioyhtiö. Fresh-konserni toimii elintarvikealalla Suomessa ja valmistaa eri jalostusasteen hedelmä-, vihannes- ja marjatuotteita, salaattibaari- ja palvelutiskituotteita sekä valmisaterioita ja muita välipaloja. Fresh myy tuotteitaan päivittäistavarakauppaan ja foodservice-toimijoille, minkä lisäksi sillä on vähäistä myyntiä teollisille asiakkaille. Freshin tunnetuimmat brändit ovat Hetki ja SalaattiMestari, minkä lisäksi se valmistaa *private label* -tuotteita pääasiassa päivittäistavarakaupan kanavaan. Valtaosa Freshin liikevaihdosta kertyy myynneistä päivittäistavarakaupan toimijoille. Fresh-konserni harjoittaa myös elintarvikkeiden tukkukauppaa tytäryhtiönsä Fresh ServiceGrossist Oy Ab:n ("Fresh ServiceGrossist") kautta, joka palvelee suoria foodservice-asiakkaita, kuten ravintoloita ja kahviloita.

BAMA on BAMA Nordic -konsernin suomalainen tytäryhtiö, joka valmistaa ja myy jalostettuja salaatti-, vihannes- ja hedelmätuotteita foodservice- ja päivittäistavarakaupan kanaviin Suomessa. BAMA valmistaa lisäksi *private label* -tuotteita molempiin jakelukanaviin. Valtaosa BAMA:n liikevaihdosta kertyy myynneistä foodservice-kanavaan, jossa sen myynnit kohdistuvat kokonaisuudessaan yleistukuille. BAMA:lla on lisäksi vähäistä myyntiä teollisille asiakkaille.

Osapuolten toiminnan keskeisin päällekkäisyys on tuoreiden hedelmä- ja vihannesjalosteiden valmistuksessa ja myynnissä foodservice- ja päivittäistavarakaupan kanaviin Suomessa. Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskaupan kilpailuvaikutuksia tulisi arvioida ensisijaisesti *fresh convenience* -tuotteiden valmistuksen ja myynnin markkinalla, johon sisältyvät kaikki tuotteet, jotka vastaavat terveellisen syömisen kulutustarpeeseen.¹ Ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja *fresh convenience* -tuotteiden valmistuksen ja myynnin markkinasta kokonaisuudessaan ja jakelukanavakohtaisesti valtakunnallisella tasolla.

Ilmoittaja on lisäksi toimittanut virastolle markkinatietoja kapeammasta tuoreiden hedelmien ja vihannesten jalostuksen ja myynnin segmentistä kokonaisuudessaan ja jakelukanavakohtaisesti valtakunnallisella tasolla. Tiedot on

¹ Tällaisia tuotteita ovat ilmoittajan mukaan tuoreet hedelmä- ja vihannesjalosteet, kokonaiset käsittelemättömät hedelmät ja vihannekset, hedelmistä ja vihanneksista jalostetut erilaiset tuoreet valmisateriat ja välipalat, lisukesalaatit ja tuoretuotteet palvelutiskeille sekä salaattibaarituotteet.

toimitettu molempien jakelukanavien osalta sekä *private label* -myynnit mukaan luettuna, että ilman niitä. Ilmoittaja on lisäksi arvioinut osapuolten markkina-asemaa molemmissa jakelukanavissa tuoteryhmätasolla niissä tuoteryhmissä, joissa osapuolilla on päällekkäistä toimintaa.²

Osapuolten välillä on lisäksi vertikaalisia yhteyksiä. Kohteella on myyntiä *foodservice*-kanavassa tukuille, ja Freshin konserniyhtiö Fresh ServiceGrossist harjoittaa elintarvikkeiden tukkukauppaa.³ Lisäksi Sponsorin yritysryhmään kuuluva LTP Group tarjoaa elintarvikelogistiikan palveluita, mukaan lukien lämpösäädeltäviä elintarvikelogistiikkaa, ja kohteen tuoteportfolioon sisältyy tällaista logistiikkaa edellyttäviä tuotteita. Vertikaalisten yhteyksien arvioimiseksi ilmoittaja on edellä kuvattujen markkinatietojen toimittamisen lisäksi arvioinut osapuolten markkina-asemaa valtakunnallisella tasolla päivittäistavaroiden hankinnassa sekä logistiikkapalveluissa ja kylmätuoretuotteiden valmistuksessa ja myynnissä.

KKV on tarkastellut yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ilmoittajan esittämän mukaisesti. Asian ratkaisu huomioiden markkinamäärittely on kuitenkin voitu jättää avoimeksi.

2 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskauppa ei kilpailulain 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. KKV on selvittänyt yrityskaupan kilpailuvaikutuksia markkinakuulemisen lisäksi muun muassa asiakastapaamisella sekä käymällä läpi osapuolten sisäisiä asiakirjoja.

Viraston markkinakuulemisessa nousi esiin huoli pilkottuja hedelmiä ja vihanneksia hankkivien asiakkaiden vaihtoehtojen kapenemisesta ja sen seurauksena tapahtuvasta kilpailun vähenemisestä erityisesti *foodservice*-kanavassa. Eräs lausunnonantaja esitti lisäksi, että yrityskaupan kilpailuvaikutuksia tulisi arvioida päivittäistavarakaupan kanavassa ensisijaisesti kuluttajapakattujen tuoresalaattien markkinalla.⁴

Ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet jäivät markkinamäärittelystä riippumatta maltillisiksi ja osapuolten liiketoiminnan painopisteet eroavat toisistaan. Freshin toiminta painottuu vahvasti päivittäistavarakauppaan, kun taas kohteen toiminta painottuu

² Foodservice-kanavan osalta ilmoittaja on toimittanut virastolle markkinatietoja seuraavien tuoteryhmien osalta: (i) salaattit ja yrtit, (ii) vihannekset ja juurekset ja (iii) hedelmät. Päivittäistavarakaupan kanavasta tietoja on toimitettu salaattien ja yrttien tuoteryhmästä. Ilmoittaja on sisällyttänyt kuhunkin tuoteryhmään jalosteiden lisäksi myös kokonaiset hedelmät ja vihannekset. Virasto on lisäksi pyytänyt ilmoittajaa arvioimaan osapuolten markkina-asemaa tuoteryhmätasolla siten, että tarkasteluun on sisällytetty ainoastaan pilkotut hedelmä- ja vihannesjalosteet ilman kokonaisia hedelmiä ja vihanneksia.

³ Fresh ServiceGrossistin valikoimaan ei kuulu kohteen valmistamia tuotteita.

⁴ Lausunnonantajan mukaan kuluttajapakatuilla tuoresalaateilla tarkoitetaan rasiaan pakattuja proteiinikomponentin sisältäviä salaatteja.

foodservice-kanavaan. Lisäksi osapuolten myynnit painottuvat eri asiakasryhmille myös foodservice-kanavan sisällä. Foodservice-kanavassa osapuolilla on päällekkäistä liiketoimintaa ainoastaan yleistukuille suuntautuvassa tuoreiden hedelmä- ja vihannesjalosteiden myynnissä, ja Freshin myynnit näille asiakkaille ovat ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella vähäisiä. Viraston selvitysten perusteella yleistukuilla on yrityskaupan toteutumisen jälkeenkin käytettävissään useita vaihtoehtoisia tuoreiden hedelmä- ja vihannesjalosteiden toimittajia, eikä yrityskauppa vaikuta merkittävästi asiakkaiden mahdollisuuksiin kilpailuttaa näiden tuotteiden toimittajia. Viraston arvion mukaan yrityskaupalla ei myöskään ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia kuluttajapaka-tuissa tuoresalaateissa, sillä yrityskaupan osapuolista ainoastaan ilmoittaja valmistaa ja myy tällaisia tuotteita.

3 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto hyväksyy yrityskaupan, jossa Fresh Servant Group Oy Ab hankkii yksinomaisen määräysvallan BAMA Fresh Cuts Oy:ssä.

4 Sovelletut säännökset

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

5 Muutoksenhaku

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

6 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa asiantuntija Ida Krook, puhelin 029 505 3094, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Ylijohtaja

Timo Mattila

Asiantuntija

Ida Krook