

LAPPEENRANNAN TEKNILLINEN KORKEAKOULU

Kauppatieteiden osasto

Yritysjuridiikka

**FUUSIOVALVONTA JA MERKITYKSELLISTEN  
MARKKINOIDEN MÄÄRITTÄMINEN EUROOPAN UNIONISSA**

Pro gradu -tutkielman aihe on hyväksytty kauppatieteiden osaston  
osastoneuvostossa 10.5.2001.

Tarkastaja: professori Matti Niemi

Lappeenrannassa 13.11.2001

Hemmo Liiri

Saunamäentie 65

46810 ANJALANKOSKI

p. 040 584 4812

## TIIVISTELMÄ

Tekijä: Liiri, Hemmo

Tutkielman nimi: Fuusiovalvonta ja merkityksellisten markkinoiden määrittäminen Euroopan unionissa

Osasto: Kauppatieteiden osasto

Vuosi: 2001

Pro gradu -tutkielma. Lappeenrannan teknillinen korkeakoulu.

70 sivua. Tarkastajana prof. Matti Niemi.

Hakusanat: fuusiovalvonta, yrityskaupat, merkitykselliset markkinat

Keywords: merger control, acquisitions, relevant market

Tutkielmassa tarkastellaan yrityskeskittymien valvontaa Euroopan unionissa. Kiinnostuksen kohteena on erityisesti, syrjivätkö yrityskauppasäännökset pienten maiden yrityksiä estämällä niiden kasvun kansainvälisesti kilpailukykyisiksi. Komission markkinamäärittelyä on arvosteltu erityisesti maantieteellisten markkinoiden osalta. Komissio kielsi ruotsalaisten kuorma- ja linja-autoja valmistavien Volvon ja Scanian fuusion maaliskuussa 2000 tarkasteltuaan asiaa kansallisten markkinoiden kannalta. Arvostelijoiden mukaan markkina-alue olisi ollut koko EU:n laajuinen. Aihetta tutkitaan merkittävimpiin päätöksiin tutustumalla, kirjallisuuteen ja aiheesta kirjoitettuihin artikkeleihin perehtymällä sekä haastatteleamalla asiantuntijoita.

Komission käytännön ei voida osoittaa syrjivän esim. Pohjoismaita markkinoiden määrittämisessä. Viime vuosien fuusioissa markkinat on määritelty kansallisiksi yhtä usein Pohjoismaissa kuin muuallakin EU-alueella. Pohjoismaiden asemaa vaikeuttavat syrjäinen sijainti ja muut olosuhteet, jotka lisäävät alalletulon esteitä. Koska markkinat ovat pienet, ulkomaisille potentiaalisille kilpailijoille ei ole tarjolla suuria voittoja esim. Suomesta. Sisämarkkinoiden kehittyminen tulee parantamaan yritysten mahdollisuuksia laajentua yrityskaupoilla. Pohjoismaiden tilanteeseen sisämarkkinoiden kehittymisellä ei kuitenkaan kaikilla aloilla ole suurta vaikutusta, johtuen erilaisista olosuhteista muuhun Eurooppaan verrattuna.

## ABSTRACT

Author: Liiri, Hemmo

Title: Merger control and the definition of relevant markets in the European Union

Department: Business Administration

Year: 2001

Master's thesis. Lappeenranta University of Technology.

70 pages. Supervisor: professor Matti Niemi.

Keywords: merger control, acquisitions, relevant market

Hakusanat: fuusiovalvonta, yrittyskaupat, merkitykselliset markkinat

The topic of the thesis is merger control in the European Union, and especially defining the relevant markets in merger cases. The main question is whether the regulations prevent companies from small member states to expand through acquisitions. There has been criticism in the Nordic countries that the Commission defines relevant geographic markets too narrowly in mergers concerning small countries. According to the statistics there are no indications that this is the case. The problems in Nordic acquisitions are mainly caused by the characteristics of these countries, small markets and barriers to entry. In the future the situation is changing when the internal market programme extends the markets in Europe. In Nordic countries however this has less effect in many fields.

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
1.1 Tutkielman tavoitteet ja menetelmät .....	1
1.2 Euroopan yhteisön kilpailuoikeuden tavoitteet .....	2
<b>2 EU:N FUUSIOVALVONNAN PÄÄPIIRTEET</b> .....	<b>3</b>
2.1 Sulautuma-asetuksen käyttöönotto.....	3
2.1.1 Yrityskeskittymän käsite .....	4
2.1.2 Asetuksen soveltamisala.....	7
2.2 Menettelysäännöt .....	10
2.2.1 Toimivaltaiset viranomaiset .....	10
2.2.2 Ennakoilmoitus.....	11
2.2.3 Vaihe I: alustava tutkimus.....	12
2.2.4 Vaihe II: perusteellinen tutkimus .....	13
2.2.5 Korjaustoimenpiteet.....	14
2.3 Keskittymien kilpailuoikeudellinen arviointi.....	16
2.3.1 Määrävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen.....	17
2.3.2 Tehokkaan kilpailun olennainen estyminen .....	19
2.4 Sakkojen määrääminen.....	21
<b>3 MERKITYKSELLISTEN MARKKINOIDEN MÄÄRITTÄMINEN</b> .....	<b>22</b>
3.1 Markkinamäärittelyn tavoitteet.....	22
3.2 Markkinoiden määrittämisen peruseriaatteen .....	23
3.2.1 Kysynnän korvattavuus .....	23
3.2.2 Tarjonnan korvattavuus .....	25
3.3 Tuotemarkkinat.....	26
3.4 Maantieteelliset markkinat.....	27
<b>4 KOMISSION RATKAISUKÄYTÄNTÖ FUUSIOTAPAUKSISSA</b> .....	<b>32</b>
4.1 Volvo/Scania .....	32
4.1.1 Yrityskaupan osapuolet ja tarkoitus.....	32
4.1.2 Merkitykselliset tuotemarkkinat (kuorma-autot) .....	33
4.1.3 Merkitykselliset maantieteelliset markkinat (kuorma-autot).....	33
4.1.3.1 Volvon esittämät väitteet .....	34
4.1.3.2 Komission arvio maantieteellisistä markkinoista.....	35
4.1.4 Komission arvio keskittymän soveltuvuudesta yhteismarkkinoille.....	39
4.1.5 Kritiikki komissiota kohtaan.....	43
4.2 Volvo/Renault V.I.....	46
4.3 Mercedes-Benz/Kässbohrer .....	48
4.4 SCA/Metsä Tissue .....	50
4.5 Kesko/Tuko.....	52
<b>5 YRITYSKAUPPAVALVONNAN TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT</b> .....	<b>54</b>
5.1 Sisämarkkinoiden kehittyminen.....	54
5.2 Yritysten näkemykset fuusiovalvonnasta .....	58
5.3 Kilpailuviranomaisten näkemykset fuusiovalvonnasta.....	59
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET</b> .....	<b>63</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>68</b>

# 1 JOHDANTO

## ***1.1 Tutkielman tavoitteet ja menetelmät***

Tutkielmassa tarkastellaan yrityskeskittymien valvontaa Euroopan unionissa ja erityisesti relevantin eli merkityksellisen markkina-alueen määrittelyä.

Kiinnostuksen kohteena on erityisesti se, syrjivätkö yrityskauppasäännökset pienten markkina-alueiden yrityksiä estämällä niiden kasvun kansainvälisesti kilpailukykyisiksi.

Komission markkinamäärittely on aiheuttanut arvostelua erityisesti maantieteellisten markkinoiden osalta sen jälkeen, kun ruotsalaisten kuorma- ja linja-autoja valmistavien Volvon ja Scanian fuusio kiellettiin maaliskuussa 2000. Komission mukaan sulautuminen olisi aiheuttanut vakavia kilpailuongelmia ja muuttaisi markkinarakennetta kuluttajien etujen vastaisesti. Komissio tarkasteli asiaa eri kansallisten markkinoiden kannalta, kun taas Volvon mukaan relevantti markkina-alue olisi ollut koko EU:n laajuinen. Volvo olisi sulautumisella halunnut valmistautua USA:sta ja Aasiasta tulevaan kovenevaan kilpailuun.

Myös Suomessa on huolestuttu siitä, estääkö fuusiovalvontalainsäädäntö pienten markkina-alueiden yritysten kasvun ja pääsyn kansainvälisille markkinoille. Arvostelijoiden mukaan EU:ssa merkitykselliseksi markkina-alueeksi pitäisi sisämarkkinoiden syntymisen myötä lukea koko unionin alue. Komission linja näyttää olevan, että vasta kun sisämarkkinat ovat täysin kehittyneet, on relevantti markkina-alue automaattisesti koko EU:n alue.

Komission päätöksistä tutkittavana on Volvo-Scania -tapaus sekä muita asian kannalta merkittäviä tapauksia. Muuten asiaa tutkitaan alan kirjallisuuteen ja artikkeleihin perehtymällä, eri osapuolten argumentteja selvittämällä sekä haastatteleamalla alan asiantuntijoita.

## **1.2 Euroopan yhteisön kilpailuoikeuden tavoitteet**

Täydellisten sisämarkkinoiden luominen on Euroopan yhteisön ja yhteisön oikeuden keskeinen tavoite. Kansallisten kotimarkkinoiden asemasta EY:n alueella toimivien yritysten kotimarkkinoiksi pyritään saamaan koko yhteisön alue. Yhteisön alueen yritysten tehostuvan keskinäisen kilpailun ajatellaan tämän seurauksena johtavan keskinäiseen erikoistumiseen ja suurempaan kansainväliseen kilpailukykyyn. EY:n komission ja yhteisöjen tuomioistuimen tapana on ollut mainita neljä seikkaa kilpailupolitiikan tavoitteina:<sup>1</sup>

1. Toimivan kilpailun aikaansaaminen Euroopan yhteisön alueella.

Julkinen valta haluaa valvoa kansantalouden kokonaisuutta ja estää monopolistisen tai oligopolistisen talouskehityksen mukanaan tuomat haitat niin kansantaloudelle kuin kuluttajillekin.

2. Täydellisten sisämarkkinoiden aikaansaaminen.

Täydellisten sisämarkkinoiden luominen EU:n alueelle perustuu julkisen vallan toimenpiteisiin. EY:n kilpailupolitiikan yhtenä keskeisenä elementtinä, joka erottaa kyseisen järjestelmän tyypillisesti yksittäisen valtion (esim. USA) kilpailuoikeusjärjestelmästä, on dynaaminen aspekti: vaatimus taloudellisten hyödykkeiden vapaasta liikkuvuudesta yli jäsenvaltioiden rajojen.

3. Eurooppalaisten yritysten kansainvälisen kilpailukykyyn vahvistaminen.

Kilpailuoikeuden järjestelmä ja sitä täydentävä komission kilpailupolitiikka ovat jatkuvaa tasapainottelua kahden pyrkimyksen välillä. Yritysten välisten kilpailunrajoitusten ei toisaalta voida sallia estävän todellisia yhteismarkkinoita, toisaalta taas koko yhteismarkkinoiden keskeisenä päämääränä on länsieurooppalaisten yritysten kansainvälisen kilpailukykyyn vahvistaminen.

4. Pienten ja keskisuurten yritysten aseman vahvistaminen.

Erityisesti EY:n komissio on aina korostanut sitä, että pienten ja keskisuurten

---

<sup>1</sup> Joutsamo et al. 2000, s. 513-514.

yri­tysten asema EU:n alueella tulee kansainvälistymiskehityksestä huolimatta turvata.

Kilpailuoikeuden alalla sää­te­lyn kohteena on yleensä kolme keskeistä kilpailunrajoitusilmiötä:

- kartellit
- määräävän markkina-aseman väärinkäyttö
- fuusiot ja haltuunotot (yri­ty­keskittymät).

Tässä tutkielmassa keskitytään yri­ty­keskittymien valvontaan Euroopan unionissa.

## **2 EU:N FUUSIOVALVONNAN PÄÄPIIRTEET**

### ***2.1 Sulautuma-asetuksen käyttöön­otto***

Toisin kuin Yhdysvalloissa, ETY:n kilpailuoikeudellisessa normistossa ei alun perin ollut mitään yri­ty­kauppoja koskevia nimenomaisia valvontavaltuuksia. Perustamissopimuksen 81 (ent. 85) ja varsinkin 82 (ent. 86) artiklan voitiin kuitenkin joissakin tilanteissa tulkita myös tähän toimintaan ulottuviksi. 82 artiklan puutteena katsottiin olevan, ettei sen avulla voitu puuttua määräävän aseman syntymiseen vaan ainoastaan sen vahvistamiseen entisestään. Jos tavoitteena on estää määräävän aseman syntyminen, voitiin 82 artiklaa soveltaa vasta kun se oli liian myöhäistä. Komissio teki esityksen erityisestä yri­ty­keskittymien valvontaa koskevasta asetuksesta jo v. 1973. Ehdotus ei kuitenkaan edennyt neuvostossa, vaikka sitä muutettiin vuosien varrella useaan otteeseen. Yri­ty­keskittymien valvontaa koskeva asetus annettiin viimein joulukuussa 1989.<sup>2</sup> Sulautuma-asetus tuli voimaan 21.9.1990.

Yri­ty­kaup­pasäännösten perusteella komissiolla on mahdollisuus kieltää säännöksissä mainitut liikevaihtorajat ylittävät yri­ty­kaupat, mikäli niiden

---

<sup>2</sup> Neuvoston asetus N:o 4064/89 yri­ty­keskittymien valvonnasta A: 21.12.1989.

katsotaan johtavan määrävän markkina-aseman syntymiseen tai vahvistamiseen ja lisäksi merkittävästi estävän kilpailun säilymistä markkinoilla.

Yrityskauppa- ja valvonnalla pyritään estämään markkinoiden keskittyminen ja liian voimakkaiden yritysten syntyminen yrityskauppasopimuksin.

Yrityskauppa- ja säännökset poikkeavat kilpailunrajoitussäännöksistä (kartellit ja määrävän markkina-aseman väärinkäyttö) monessa suhteessa. Komissio on velvollinen käsittelemään yrityskaupat ja niihin liittyvät kilpailunrajoitukset tiukkojen määräaikojen puitteissa ja antamaan lopullisen, ei määräaikaaisesti voimassaolevan, päätöksen. Kilpailunrajoitussäännösten mukainen menettely puolestaan kestää kuukausia ja virallisen päätöksen, joka on lisäksi määräaikainen, saaminen jopa muutamia vuosia. Yritykset pyrkivät käytännössä mahdollisuuksien rajoissa suunnittelemaan yritysjärjestelynsä siten, että niihin voitaisiin soveltaa sulautuma-asetusta.<sup>3</sup>

### 2.1.1 Yrityskeskittymän käsite

Yrityskauppa- ja säännöillä säännellään ainoastaan yrityskeskittymiin johtavia järjestelyjä. Keskittymäksi katsotaan toimet, joiden seurauksena asianomaisten yritysten rakenne pysyvästi muuttuu ja jotka tähtäävät määräysvallan vaihdokseen tai osapuolten liiketoiminnan siirtämiseen. Tällainen rakenteen muutos tapahtuu, kun kaksi aikaisemmin itsenäistä yritystä sulautuu tai kun hankitaan määräysvalta koko yrityksestä tai sen osasta.

EY:n sulautuma-asetuksen 3 artiklan 1 kohdan mukaan keskittymän katsotaan syntyvän, jos

- kaksi yritystä tai useampi yritys, jotka ovat aikaisemmin olleet itsenäisiä yrityksiä sulautuu; tai

---

<sup>3</sup> Huopalainen et al. 1998, s. 151.



- yksi tai useampi henkilö, jolla jo on määräysvalta ainakin yhdessä yrityksessä, tai yksi tai useampi yritys saa ostamalla osakkeita tai osuuksia tai varoja, sopimuksella tai muulla tavoin suoran tai välillisen määräysvallan, joka koskee yhtä tai useampaa yritystä kokonaisuudessaan tai jotakin sen osaa.

Lisäksi sellaisen yhteisyrityksen perustamisella, joka hoitaa pysyvästi kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan, muodostuu yrityskauppasäännöstössä tarkoitettu keskittymä.

Yrityskauppasäännökset soveltuvat riippumatta siitä, toteutetaanko yrityskauppa myyjän ja ostajan välisellä sopimuksella vai hankkimalla määräysvaltaan oikeuttavat osakkeet osakemarkkinoilta. Ratkaisevaa on järjestelyn lopputulos, ei sen toteuttamismuoto.

### Itsenäisten yritysten sulautuminen

Sulautuma-asetuksen mukaisen keskittymän katsotaan syntyvän, jos vähintään kaksi aikaisemmin itsenäistä yritystä sulautuu uudeksi yritykseksi ja lakkaavat olemasta erillisinä oikeushenkilöinä (kombinaatiosulautuma). Sulautuma voi syntyä myös siten, että yritys sulautuu vastaanottavaan yritykseen ja menettää näin asemansa itsenäisenä oikeushenkilönä (anneksisulautuma).

Keskittymän syntyminen ei välttämättä kuitenkaan edellytä muutoksia sulautuvien yritysten oikeushenkilöllisyydessä. Kysymyksessä on ns. de facto –sulautuminen, kun aikaisemmin itsenäisten yritysten toiminnan yhdistämisen seurauksena on yksi taloudellinen yksikkö ilman, että muodostettaisiin uutta erillistä oikeushenkilöä. Tällaisesta tapauksesta on kyse, jos kaksi yritystä tai useampi yritys säilyttävät erilliset oikeushenkilöllisyytensä, mutta sopivat yhteisen taloushallinnon perustamisesta. Jos tämä johtaa kyseisten yritysten tosiasialliseen sulautumiseen yhdeksi yhteiseksi taloudelliseksi yksiköksi, kyseessä on keskittymä.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Huopalainen et al. 1998, s. 143.

## Määräysvallan hankkiminen

Määräysvallalla tarkoitetaan sulautuma-asetuksen 3 artiklan 3 kohdan mukaan ”oikeuksia, sopimuksia ja muita keinoja, jotka joko yhdessä tai erikseen ja ottaen huomioon asiaan liittyvät tosiasialliset ja oikeudelliset olosuhteet antavat mahdollisuuden käyttää ratkaisevaa vaikutusvaltaa yrityksessä, ja erityisesti

- omistusoikeutta yrityksen kaikkiin tai joihinkin varoihin tai käyttöoikeutta niihin
- oikeuksia tai sopimuksia, joiden perusteella saadaan ratkaiseva vaikutusvalta yrityksen toimielinten kokoonpanossa, äänestyksissä tai päätöksissä.”

Riittävänä pidetään pelkkää mahdollisuutta käyttää ratkaisevaa vaikutusvaltaa yrityksessä. Määräysvalta voi perustua esim. osakeomistuksen tuomaan äänivaltaan tai osakassopimukseen. Poikkeusoloissa yrityksen voidaan katsoa saaneen määräysvallan siitä taloudellisesti riippuvaan yritykseen. Tällöin yritysten välillä on esim. erittäin tärkeä pitkäaikainen toimitussopimus ja ne ovat rakenteellisesti sidoksissa toisiinsa.<sup>5</sup>

## Yhteisyritysten muodostaminen

Yrityskauppasäännösten mukaisena yrityskauppana pidetään myös sellaisten yhteisyritysten perustamista, jotka ”hoitavat pysyvästi kaiken itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvan toiminnan”. Yhteisyrityksen tulee hoitaa pysyvästi kaikkia itsenäiselle taloudelliselle yksikölle kuuluvia tehtäviä, jotta seurauksena olisi pysyvä muutos siihen osallistuvien yritysten rakenteessa ja siihen sovellettaisiin sulautuma-asetusta.

Seuraavassa esitetään, kuinka sulautuma-asetuksen nojalla tehtyjen ilmoitusten määrä on kehittynyt viime vuosina.

---

<sup>5</sup> Leivo & Leivo 1997, s. 415.

Vuosi	-91	-92	-93	-94	-95	-96	-97	-98	-99	2000
Ilmoit.	63	60	58	95	110	131	172	235	292	345

Luvut ovat osoitus jatkuvasta "fuusioaallostasta", johon selityksenä on esim. sisämarkkinoiden toteuttaminen, euron käyttöönotto, talouden globalisoituminen ja valmistautuminen yhteisön laajentumiseen.<sup>6</sup> Vuonna 2001 ilmoitusten määrä on edelleen noussut yli 30 % edelliseen vuoteen verrattuna.

### 2.1.2 Asetuksen soveltamisala

Yrityskauppasäännökset eivät koske kaikkia yrityskauppoja.

Yrityskauppasääntöjä sovelletaan ainoastaan säännöksissä määriteltyjen liikevaihtorajojen ylittäviin yrityskauppoihin. Mikäli vaadittavat liikevaihtorajat eivät täyty, eivät säännökset sovellu yrityskauppaan. Tällöin on kuitenkin mahdollista soveltaa kartellisäännöksiä ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttösäännöksiä.

Euroopan yhteisöjen sulautuma-asetusta sovelletaan yrityskauppoihin 1 artiklan 2 kohdan mukaan, jos

- kaikkien keskittymään osallistuvien yritysten yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto on yli 5 000 miljoonaa euroa,
- ainakin kahden keskittymään osallistuvan yrityksen yhteisön alueelta kertynyt liikevaihto on yli 250 miljoonaa euroa; ja
- yli kaksi kolmasosaa (2/3) jokaisen keskittymään osallistuvan yrityksen omasta yhteisön alueelta kertyneestä liikevaihdosta ei ole kertynyt yhdestä ja samasta valtiosta.

Valtaosassa EU:n jäsenvaltioita on olemassa kansalliset yrityskauppojen

---

<sup>6</sup> Kertomus sulautuma-asetuksessa säädettyjen raja-arvojen soveltamisesta, s. 4.

valvontaa koskevat säännöt. Jäsenvaltiot voivat soveltaa kyseisiä sääntöjä yhteisönlaajuisia keskittymiä pienempiin keskittymiin. Koska yhteisönlaajuisen keskittymän liikevaihtoraja-arvot ovat em. sulautuma-asetuksen mukaan erittäin korkeat, myös nämä raja-arvot alittavalla keskittymällä voi olla merkittäviä vaikutuksia useissa EU:n jäsenvaltioissa. Näin ollen tällaiseen keskittymään voidaan soveltaa samanaikaisesti useiden jäsenvaltioiden yrityskauppojen valvontaa koskevia sääntöjä, ja keskittymään osallistuvat yritykset saattavat joutua ilmoittamaan keskittymän useiden jäsenvaltioiden kilpailuviranomaisille. Yhden liiketoimen moninkertainen ilmoittaminen heikentää yritysten oikeusturvaa, lisää niiden työtä ja kustannuksia sekä voi johtaa ristiriitaisiin päätöksiin.<sup>7</sup>

Edellä mainittujen ongelmien takia yhteisönlaajuisen keskittymän määritelmää laajennettiin 1.3.1998 alkaen niin, että se sisältää myös sellaiset alkuperäisten raja-arvojen alapuolelle jäävät keskittymät, joilla on kuitenkin merkittävä vaikutus vähintään kolmessa EU:n jäsenvaltiossa. Käytännössä tämä toteutettiin määrittämällä tällaisille keskittymille omat liikevaihtoraja-arvot.

Näin ollen sulautuma-asetuksen muutoksen myötä keskittymä, joka ei täytä edellä käsiteltyjä liikevaihtoraja-arvoja, on kuitenkin yhteisönlaajuinen keskittymä 1 artiklan 3 kohdan mukaan, jos:

- kaikkien siihen osallistuvien yritysten yhteenlaskettu maailmanlaajuinen kokonaisliikevaihto on yli 2 500 miljoonaa euroa,
- kaikkien siihen osallistuvien yritysten vähintään kolmesta jäsenvaltiosta kertynyt yhteenlaskettu kokonaisliikevaihto on jokaisessa valtiossa yli 100 miljoonaa euroa,
- edellisessä kohdassa tarkoitetuista vähintään kolmesta valtiosta ainakin kahdelle keskittymään osallistuvista yrityksistä erikseen kertynyt kokonaisliikevaihto on

---

<sup>7</sup> Leivo & Leivo 1997, s. 420.

jokaisessa valtiossa yli 25 miljoonaa euroa,

- ainakin kahdelle keskittymään osallistuvista yrityksistä erikseen yhteisön alueelta kertynyt liikevaihto on yli 100 miljoonaa euroa; ja

- jokaisen keskittymään osallistuvan yrityksen omasta yhteisön alueelta kertyneestä kokonaisliikevaihdosta yli kaksi kolmasosaa (2/3) ei ole kertynyt yhdestä ja samasta valtiosta.

1 artiklan 3 kohdan avulla tutkitaan siis, kertyykö vähintään kolmesta jäsenvaltiosta merkittävä liikevaihto. Tähän muutokseen johtaneissa keskusteluissa katsottiin, että yhteisön etu on selvempi tapauksissa, jotka koskevat kolmea tai useampaa jäsenvaltiota, ja että ainoastaan kahden jäsenvaltion tapauksessa mahdolliset ristiriidat voitaisiin välttää kahdenvälisin yhteyksin. 1 artiklan 3 kohdan tarkoituksena on antaa yrityksille mahdollisuus hyötyä "yhden luukun" periaatteesta tilanteissa, joissa moninkertaisista ilmoituksista aiheutuvat kustannukset olisivat muutoin liian korkeat.<sup>8</sup>

Laatiessaan kertomusta sulautuma-asetuksessa säädettyjen raja-arvojen soveltamisesta komissio pyysi yrityksiltä ja niiden edustajilta lisätietoja 1 artiklaan sisältyvien raja-arvojen soveltamisesta sekä huomautuksia tai ehdotuksia sulautuma-asetuksen toimivuuden parantamiseksi. Eräät vastaajat totesivat, että vaatimus, jonka mukaan merkittävää liikevaihtoa on kerryttävä kolmesta eikä kahdesta jäsenvaltiosta, rajoittaa voimakkaasti 1 artiklan 3 kohdan soveltamista liiketoimiin, joilla on merkittäviä rajat ylittäviä vaikutuksia. Vastaukset osoittavat myös, että 1 artiklan 3 kohdan kriteereitä pidetään liian monimutkaisina. Monet vastaajat totesivat erityisesti, että välttämättömyys eritellä liikevaihto jäsenvaltioittain voi olla sekä kallista että aikaa vievää.<sup>9</sup>

Yhteenvedona voidaan todeta, että tällä hetkellä vaikuttaa siltä, että 1 artiklan 3

---

<sup>8</sup> Kertomus sulautuma-asetuksessa säädettyjen raja-arvojen soveltamisesta, s. 4.

<sup>9</sup> m.t., s. 16.

kohdan kriteerit ja mahdollisesti myös 2 kohdan kriteerit johtavat siihen, että suuri määrä liiketoimia, joilla on merkittäviä rajat ylittäviä vaikutuksia, jää yhteisön yrityskeskittymien valvontaa koskevien sääntöjen ulkopuolelle. Euroopan liikeyhteisön antamien vastausten mukaan tämä on ongelmallista ja vaikuttaa estävästi eurooppalaisten yritysten investointipäätöksiin. Komissio aikookin suorittaa lisätutkimuksia, joiden tarkoituksena on selvittää, millainen järjestelmä soveltuu parhaiten yhteisön toimivallan määrittelyyn yrityskeskittymiä koskevissa tapauksissa.<sup>10</sup>

## **2.2 Menettelysäännöt**

### 2.2.1 Toimivaltaiset viranomaiset

Edellä kerrottujen EY:n sulautuma-asetuksen liikevaihtorajojen ja keskittymäkäsitteen täytyessä yrityskauppatapauksessa toimivaltainen viranomainen on komissio. Komissiolla on yksinoikeus käsitellä yhteisölaajuisia keskittymiä. Jäsenvaltiot eivät saa tällöin soveltaa kansallista lainsäädäntöään.

Sulautuma-asetuksen 9 artiklan ns. saksalaisen lausekkeen (German clause) mukaan komissio voi jäsenvaltion pyynnöstä siirtää sille ilmoitetun keskittymän kyseisen jäsenvaltion toimivaltaisten viranomaisten käsiteltäväksi. Jäsenvaltion tekemän pyynnön hyväksyminen edellyttää, että komissio toteaa keskittymän uhkaavan luoda sellaisen määrävän aseman tai vahvistaa sellaista määrävää asemaa, jonka seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyy kyseisen jäsenvaltion markkinoilla, jotka täyttävät kaikki erillisten markkinoiden tunnusmerkit. Jäsenvaltion viranomaiset soveltavat keskittymään kansallista kilpailulainsäädäntöään.

Komission edustajat ovat esittäneet julkisuudessa, että tapausten kansallista käsittelyä tullaan tulevaisuudessa käyttämään aiempaa laajemmin hyväksi. Asianosaisten ollessa suomalaisia kotimarkkinayrityksiä Kilpailuviraston valvonta

---

<sup>10</sup> Kertomus sulautuma-asetuksessa säädettyjen raja-arvojen soveltamisesta, s. 21-22.

voi olla asiantuntevampaa, mikä saattaa nopeuttaa prosessia ja säästää muutenkin kustannuksia.<sup>11</sup>

Sulautuma-asetuksen 22 artiklan ns. hollantilaisen lausekkeen (Dutch clause) mukaan jäsenvaltio voi pyytää komissiota tutkimaan yrityskeskittymän, joka ei täytä yhteisöulottuvuuden edellytyksiä eli jonka tutkimiseen komissiolla ei ole toimivaltaa. Edellytyksenä on, että yrityskeskittymä luo sellaisen määräävän aseman tai vahvistaa sellaista määräävää asemaa, jonka seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyy kyseisen jäsenvaltion alueella, ja joka vaikuttaa jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Komissio voi tällöin asettaa keskittymälle ehtoja ja velvoitteita tai kieltää sen. Esimerkkinä voidaan mainita Kesko-Tuko – yrityskauppa, jonka tutkimista Kilpailuvirasto pyysi komissiolta. Komissio kielsi kyseisen keskittymän.

Edellä mainittua mahdollisuutta ovat käyttäneet ne jäsenvaltiot, joilla ei ole kansalliseen lakiin perustuvaa yrityskauppavalvontaa. Tällä hetkellä lähes kaikissa EU:n jäsenvaltioissa on kansallinen yrityskauppavalvonta, jolloin tarvetta 22 artiklaan perustuvien pyyntöjen esittämiseen ei enää ole<sup>12</sup>. Tulevaisuudessa säännön merkitys saattaa kuitenkin kasvaa EU:n laajentumisen myötä. Suomessa kilpailunrajoituslakiin sisältyvät yrityskauppojen valvontaa koskevat säännökset tulivat voimaan 1.10.1998.

### 2.2.2 Ennakkoilmoitus

Yrityskaupasta on 4 artiklan mukaan ilmoitettava komissiolle viikon kuluessa sopimuksen tekemisestä, julkisen osto- tai vaihtotarjouksen julkistamisesta, liiketoiminnan tai sen osan hankkimisesta tai määräysvallan tuottavan osuuden hankkimisesta. Sulautumistapauksissa aika lasketaan siitä, kun sulautuminen on hyväksytty kaikkien sulautumiseen osallistuvien yhtiökokouksissa. Ilmoitus on tehtävä erityisellä ja varsin yksityiskohtaisia tietoja edellyttävällä CO-

---

<sup>11</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s. 225-226.

<sup>12</sup> m.t., s. 224.

lomakkeella. Ilmoitusvelvollisia ovat määräysvallan hankkija, liiketoiminnan tai sen osan hankkija, sulautumiseen osallistuvat yhteisöt tai säätiöt ja yhteisyrityksen perustajat.

Komissio julkaisee EY:n Virallisessa Lehdessä ilmoituksen yrityskaupan etukäteisilmoituksesta, jonka perusteella myös muilla yrityksillä kuten kilpailijoilla, tavarantoimittajilla ja asiakkailta on mahdollista tutustua komissiolle toimitettuihin asiakirjoihin ja toimittaa omat näkemyksensä yrityskaupan sallittavuudesta. Yrityskauppailmoitukseen sisältyy kuitenkin normaalisti liike- ja ammattisalaisuuksia, joita on suojattava. Muut yritykset eivät saa tutustua asiakirjoista ilmeneviin liikesalaisuuksiin.<sup>13</sup>

### 2.2.3 Vaihe I: alustava tutkimus

Komission on ratkaistava kuukauden kuluessa ilmoituksen vastaanottamisesta tai myöhemmin kuukaudessa täydellisten tietojen vastaanottamisesta, onko asiassa ryhdyttävä jatkoselvitykseen. Jos päätöstä jatkoselvitykseen ryhtymisestä ei ole tässä ajassa tehty, yrityskaupan katsotaan tulleen hyväksytyksi. Asia voidaan ottaa uudelleen käsiteltäväksi annettujen tietojen ollessa virheellisiä tai harhaanjohtavia.

Komissio voi tehdä 6 artiklan mukaan kuukauden määräajassa päätöksen, että

- toimenpiteeseen ei sovelleta yrityskauppasäännöksiä
  
- järjestelyyn sovelletaan yrityskauppasäännöksiä, mutta yrityskauppa hyväksytään sellaisenaan tai liittäen ehtoja hyväksymiselle
  
- yrityskaupan soveltavuudesta yhteismarkkinoille on vakavia epäilyjä ja komissio päättää jatkoselvityksen aloittamisesta.

Komissio voi kumota luettelossa olevat kaksi ensimmäistä päätöstä, jos päätös

---

<sup>13</sup> Huopalainen et al. 1998, s. 163.



perustuu virheellisiin tietoihin, joista jokin keskittymään osallisista yrityksistä on vastuussa, tai jos päätös on saatu aikaan vilpillisesti tai keskittymään osallistuvat yritykset ovat laiminlyöneet päätökseen liittyvien ehtojen noudattamisen.

#### 2.2.4 Vaihe II: perusteellinen tutkimus

Mikäli on tehty päätös jatkomenettelyn aloittamisesta, on komissiolla neljä kuukautta aikaa antaa päätös yrityskesittymän hyväksymisestä sellaisenaan tai ehdollisena tai kieltää yrityskesittymä. Tällainen toisen vaiheen menettely aloitettiin vuonna 2000 23:n suunnitellun keskittymän osalta.

Pääsääntöisesti komission tulee tehdä päätös edellä mainituin tavoin viiden kuukauden kuluessa. Mikäli näin ei ole tapahtunut katsotaan keskittymä sallituksi. Komissio voi pidentää neljän kuukauden määräaikaa, jos komission on täytynyt päätöksellä pyytää tietoja tai määrätä tutkimuksella sellaisten seikkojen vuoksi, joista jokin keskittymään osallistuvista yrityksistä on vastuussa.

Yrityskesittymien valvonnan tehokkuuden parantamiseksi komissio antoi yksinkertaistettua menettelyä koskevan tiedonannon 26.7.2000.<sup>14</sup> Kyseisen tiedonannon tavoitteena on yksinkertaistaa sellaisten keskittymien käsittelyä, jotka eivät aiheuta kilpailuongelmia. Tiedonannossa luetellaan keskittymätyypit, joista komissio voi tavallisen yhden kuukauden pituisen tutkimuksen jälkeen tehdä lyhytmuotoisen päätöksen. Tiedonantoa sovelletaan, jos yhteisyritys ei harjoita tai harjoittaa vain vähäistä toimintaa Euroopan talousalueella, osapuolet eivät harjoita liiketoimintaa samoilla markkinoilla tai niiden yhteenlaskettu markkinaosuus on alle 15 % horisontaalisissa suhteissa tai alle 25 % vertikaalisissa suhteissa. Yksinkertaistettu menettely pienentää osapuolten hallinnollista taakkaa mutta antaa jäsenvaltioille ja asianomaisille osapuolille samat mahdollisuudet esittää huomautuksia tai puuttua asiaan kuin tavallinen menettely. Komissio voi myös tarvittaessa muuttaa menettelyn tavalliseksi tutkintamenettelyksi.

---

<sup>14</sup> Komission tiedonanto yksinkertaistetusta menettelystä, EYVL 29.7.2000, s. 32-34.

Komissiolla on 11 artiklan mukaan oikeus lähettää yrityskeskittymään osallistuville yrityksille tietojensaantipyynnö. Mikäli yritys ei anna vaadittuja tietoja komission asettamassa määräajassa tai antaa puutteellisia tietoja, komission on tehtävä nimenomainen päätös, jolla vaaditaan tietojen antamista. Päätöksessä tulee tällöin yksilöidä vaaditut tiedot, asetettava aiheellinen määräaika tietojen antamista varten, ilmoitettava yritykseen kohdistuvasta uhkasakosta ja sakkomahdollisuudesta sekä oikeudesta hakea muutosta päätökseen.

### 2.2.5 Korjaustoimenpiteet

Ensimmäisessä vaiheessa yritykset voivat esittää korjaustoimenpiteitä, jotta keskittymä voitaisiin hyväksyä. Tämä helpottaa keskittymän nopeaa käsittelyä ja hyväksymistä jo ensimmäisessä vaiheessa. Samoin kuin toisen vaiheen tutkimuksessa, sitoumukset voivat olla huomattavia ja mutkikkaita liiketoimintojen myyntejä. Yritykset ja komissio voivat käydä yksityiskohtaisia keskusteluja jo ennen keskittymän muodollista ilmoittamista. Osapuolten kannattaakin ottaa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa yhteyttä komissioon epäillessään, että keskittymä aiheuttaa kilpailuongelmia.<sup>15</sup>

Kilpailuongelmien ilmetessä ei ole riittävää, että osapuolet myyvät päällekkäiset liiketoimintansa. Vaikka sopivat omaisuuserät myytäväksi löydettäisiin, ei riitä että osapuolet sitoutuvat myymään ne kenelle tahansa. Luovutetussa liiketoiminnassa on oltava kyse elinkelpoisesta liiketoiminnasta, joka voi kilpailla tehokkaasti ja pysyvästi sulautuman kautta syntyvän yrityskokonaisuuden kanssa, jos sitä harjoittaa sopiva ostaja. Yleensä elinkelpoinen liiketoiminta on olemassa oleva liiketoiminta, jota voidaan harjoittaa itsenäisesti eli riippumatta keskittymän osapuolista, mitä tulee tuotantopanosten toimituksiin tai yhteistyömuotoihin

---

<sup>15</sup> XXIX Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 1999, s. 72.

muulloin kuin siirtymäkauden ajan.<sup>16</sup> Sitoumuksen tehokkuus varmistetaan siten, että komissiolta on saatava lupa ennen kuin omaisuus myydään tietylle ostajaehdokkaalle. Yleensä vaaditaan, että ostaja on elinkelpoinen, tosiasiassa tai mahdollisesti kilpailijan asemassa, itsenäinen ja vailla sidonnaisuuksia keskittymän osapuoliin, sillä on taloudelliset resurssit, käytännössä todettu asiantuntemus ja sillä on kannustin pitää yllä ja kehittää luovutettua liiketoimintaa siten, että se on aktiivisen kilpailijan asemassa osapuoliin nähden.<sup>17</sup> Liiketoiminnan myymisellä tulee luoda tehokas kilpailija, joka on itsenäinen ja jolla on tarpeeksi kannustimia kilpailla.

Vaikka luovutukset ovat suosittu korjaustoimenpide, ne eivät ole ainoa komission hyväksymä korjaustoimenpide.<sup>18</sup> Jos sulautuman kautta syntyvällä yrityskokonaisuudella tulee olemaan merkittävä markkinaosuus, voimassa olevien yksinoikeussopimusten kilpailua estävät vaikutukset voivat osaltaan edistää määräävän aseman syntymistä. Tällaisissa tapauksissa sopivana kilpailuongelman ratkaisukeinona voidaan pitää irtisanoutumista voimassa olevista yksinoikeussopimuksista.

Ehdotetusta keskittymästä seuraava markkinarakenteen muutos voi johtaa siihen, että pääsy merkityksellisille markkinoille estyy tai rajoittuu merkittävästi. Kyseiset esteet voivat johtua määräysvallasta verkkoinfrastruktuurin tai keskeisen teknologian suhteen, mukaan lukien patentit, taitotieto ja muut immateriaalioikeudet. Tällaisissa olosuhteissa korjaustoimenpiteiden tavoitteena voi olla markkinoillepääsyn helpottaminen varmistamalla, että tarvittava infrastruktuuri tai keskeinen teknologia on kilpailijoiden saatavilla.

Jos osapuolet ehdottavat niin laajoja ja monimutkaisia korjaustoimenpiteitä, että komissio ei pysty päättämään vaaditulla varmuudella, että tehokas kilpailu palautetaan markkinoille, hyväksyvää päätöstä ei voida tehdä.

---

<sup>16</sup> Komission tiedonanto hyväksyttävistä korjaustoimenpiteistä, kohta 14.

<sup>17</sup> m.t., kohta 49.

<sup>18</sup> m.t., kohdat 27-28.

### **2.3 Keskittymien kilpailuoikeudellinen arviointi**

Komissio voi sulautuma-asetuksen 2 artiklan 3 kohdan mukaan kieltää tai määrätä yrityskaupan purettavaksi, mikäli sillä luodaan tai vahvistetaan sellaista määräävää markkina-asetmaa, jonka seurauksena tehokas kilpailu yhteismarkkinoilla tai niiden merkittävällä osalla olennaisesti estyy.

Yhteisön kilpailusäännöissä määräävällä asemalla tarkoitetaan sitä, että yritys tai yritysryhmä voi käyttäytyä huomattavassa määrin kilpailijoistaan, asiakkaistaan ja viime kädessä kuluttajista riippumattomasti. Tällainen asema muodostuu tavallisesti jos yritys vastaa suuresta osasta tarjontaa tietyillä markkinoilla ja jos muut arvioinnissa huomioon otetut tekijät osoittavat samaan suuntaan.<sup>19</sup>

Komission arviointi yrityskaupan kilpailuvaikutuksista tapahtuu kahdessa vaiheessa. Ensin komissio tutkii luodaanko tai vahvistetaanko yrityskaupalla määräävää markkina-asetmaa ja toiseksi estyykö tehokas kilpailu markkinoilla olennaisesti kaupan seurauksena. Yrityskauppaa ei siis välttämättä kielletä, vaikka sen seurauksena syntyy määräävässä markkina-asetmassa oleva yritys.

Kieltäminen edellyttää järjestelyn estävän tehokkaan kilpailun markkinoilla olennaisessa määrin. Määräävän markkina-asetman syntymisen tai vahvistamisen arvioiminen edellyttää aina markkinoiden määrittelyä. Tällöin tulee määritellä erikseen merkitykselliset tuotemarkkinat ja maantieteelliset markkinat.

EU:n 15 jäsenvaltion kilpailuviranomaisten käytännöt ja mielipiteet otetaan myös huomioon. Ensimmäisen vaiheen tutkimuksissa jäsenvaltioille toimitetaan jäljennös jokaisesta sulautuma-asetuksen nojalla tehdystä ilmoituksesta, niille annetaan tiedoksi kilpailuongelmien ratkaisemiseksi annetut sitoumukset ja ne voivat menettelyn kaikissa vaiheissa esittää mielipiteitään. Toisen vaiheen tutkimuksissa yhteistyö on vieläkin syvällisempää. Jäsenvaltioille ilmoitetaan komission päätöksistä aloittaa toisen vaiheen menettely, niille toimitetaan

---

<sup>19</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohta 10.

komission esittämät väitteet sekä osapuolten vastaus niihin, ne kutsutaan kuulemistilaisuuteen ja niille ilmoitetaan tarvittaessa ehdotetut korjaustoimenpiteet ja komission kanta niihin ja ennen kaikkea niitä kuullaan neuvoa-antavan komitean kokouksessa jokaisessa toiseen vaiheeseen edenneessä asiassa.<sup>20</sup>

### 2.3.1 Määräävän aseman syntyminen tai vahvistuminen

Yrityksellä on määräävä asema, jos se voi merkittävässä määrin käyttäytyä riippumattomasti kilpailijoista, asiakkaista ja viime kädessä kuluttajista. Komission täsmennyksen mukaan määräävä asema on olemassa, jos yritys voi nostaa hintoja tai asettaa muita epäedullisia sopimusehtoja ilman että se menettää markkinaosuuksia.<sup>21</sup>

Määräävän markkina-aseman arvioinnissa yrityskaupan kohdalla on otettava huomioon olemassa oleva ja potentiaalinen eli mahdollinen kilpailu kotimaisten ja ulkomaisten kilpailijoiden taholta. Vaikka kotimaisia kilpailijoita ei olisikaan, saattaa ulkomaisten kilpailijoiden olemassaolo estää määräävän aseman syntymisen tai ainakin estää kilpailun merkittävän rajoittamisen. Muita arvioinnissa huomioitavia tekijöitä sulautuma-asetuksen 2 artiklan 1 kohdan mukaan ovat markkinoiden rakenne, yrityskaupan osapuolten markkina-asema sekä niiden taloudellinen vahvuus, yrityskaupan osapuolten kauppakumppaneiden vaihtoehtoiset valintamahdollisuudet ja neuvotteluvoima, oikeudelliset ja taloudelliset markkinoille pääsyn esteet, kyseessä olevien tavaroiden tai palveluiden tarjonnan ja kysynnän kehitys, väli- ja loppukäyttäjien asema sekä markkinoiden taloudellinen ja tekninen kehitys.

Markkinoilletulon mahdollisuus on aina oleellinen osa määräävän aseman tutkimisessa. Siihen kuuluu selvitys alalletulon esteistä sekä ajasta, jonka potentiaalinen kilpailija tarvitsee esteiden voittamiseen ja toiminnan

---

<sup>20</sup> XXX Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 2000, kohdat 279-280.

<sup>21</sup> Kuoppamäki 1992, s. 164.

vakiinnuttamiseen markkinoilla. Tutkimuksessa täytyy löytyä todisteita seikoista, jotka mahdollistavat suhteellisen lyhyen ajan sisällä tapahtuvan markkinoilletulon. Mahdollisten voittojen tulee myös olla huomattavia, jotta alalletuloa voitaisiin pitää todennäköisenä.<sup>22</sup>

Markkinaosuudella on suuri merkitys arvioitaessa määräävän markkina-aseman olemassaoloa. Sulautuma-asetuksen johdannossa komissio lähtee siitä, että keskittymä soveltuu yhteismarkkinoille, jos siihen osallistuvien yritysten markkinaosuus on enintään 25 %. Käytännössä komissio on pitänyt 40 % markkinaosuutta rajana määräävän aseman syntymiselle. Ratkaisu on kuitenkin tehtävä tapauskohtaisesti ottaen huomioon kaikki tekijät ja erityisesti markkinoiden oman rakenteen. Markkinaosuuksia tarkasteltaessa tärkein kysymys ei ole ainoastaan yhdistyvien yritysten markkinaosuudet, vaan jäljellejäävien kilpailijoiden asema ja alalletulon mahdollisuudet kyseisillä markkinoilla. Näin saadaan selville yritysten todellinen markkinavoima.

Markkinaosuuden todistusvoima voi riippua myös sen pysyvyydestä. Komissio on hyväksynyt jopa 77 %:n yhdistetyn markkinaosuuden<sup>23</sup>, kun yhdistyvien yritysten markkinaosuudet olivat olleet laskussa ja todennäköisesti jatkaisivat laskuaan. Tällöin korkeaa markkinaosuutta ei katsottu osoitukseksi yritysten markkinavoimasta<sup>24</sup>. Jos yrityksellä sen sijaan on pidemmän aikaa ollut huomattava ja vakaa markkinaosuus, vahvistaa se markkinaosuuden todistusarvoa. Komissio pyrkii arvioimaan myös tulevaa kehitystä. Jos markkinaosuuden voidaan olettaa kasvavan tulevaisuudessa, on se osoitus määräävän aseman puolesta.

Kriteerillä ”kysynnän ja tarjonnan kehitys” viitataan markkinoiden kehitysvaiheeseen. Markkinaosuuksia ei tule tarkastella staattisesti vaan dynaamisesti. Merkityksellistä ei ole ainoastaan markkinoiden aikaisempi kehitys vaan erityisesti arvio niiden tulevasta kehityksestä. Uusilla markkinoilla voivat

---

<sup>22</sup> Cook & Kerse 2000, s. 158.

<sup>23</sup> Elf Aquitaine Thyssen/Minol AG, M.234, 4.9.1992.

<sup>24</sup> Bellamy & Child 2001, s. 409.

yritysten markkinaosuudet vaihdella huomattavasti lyhyen aikavälin sisällä. Kypsillä tai taantuvilla markkinoilla osuudet ovat yleensä pysyvämpiä. Lyhytaikaisesti korkeatkin markkinaosuudet voidaan hyväksyä, jos alallepääsyn esteet eivät ole korkeat.<sup>25</sup>

### 2.3.2 Tehokkaan kilpailun olennainen estyminen

Yrityskaupan kieltäminen tai ehtojen asettaminen sen hyväksymiselle edellyttää, että kilpailu estyy merkittävästi yhteisön markkinoilla tai niiden olennaisella osalla. Määräävän aseman syntyminen tai vahvistaminen estää kilpailua yleisesti. Fuusiovalvonnan keskeinen ongelma liittyy siihen, että samalla yrityskaupalla voi olla sekä kielteisiä että myönteisiä seurauksia. Se voi estää kilpailua mutta samalla esimerkiksi tehostaa tuotteiden valmistusta tai jakelua. Toinen ongelma on se, että erilaiset yhteiskuntapoliittiset tavoitteet voivat yksittäistapauksissa olla ristiriidassa keskenään. Esim. työllisyys- tai aluepoliittiset tai kansainväliseen kilpailukykyyn liittyvät näkökohdat voisivat puoltaa tietyn yrityskaupan sallimista, vaikka se puhtaasti kilpailupoliittisista syistä tulisikin kieltää.

Keskeinen kiistakysymys sulautuma-asetuksen valmisteluvaiheessa liittyi siihen, mikä merkitys tulisi antaa mahdollisille tehokkuusvoitoille. Esityksen mukaan keskittymä voitaisiin sallia määräävästä asemasta huolimatta komission myöntämällä poikkeusluvalla, jos yrityskauppa parantaisi tuotantoa tai jakelua, edistäisi teknistä tai taloudellista kehitystä tai parantaisi kilpailurakennetta yhteismarkkinoilla. Lisäksi tuli kiinnittää huomiota kyseisen teollisuudenalan kansainväliseen kilpailukykyyn ja kuluttajien etuihin. Tällaisesta intressivertailusta kuitenkin luovuttiin asetuksen valmistelun myöhemmissä vaiheissa.<sup>26</sup>

Asetuksen sanamuoto ei näyttäisi sallivan tehokkuusetujen ottamista huomioon. Tehokkuusetuihin voisi viitata 2 artiklan 1 kohdassa mainittu ”tekninen ja

---

<sup>25</sup> Kuoppamäki 1992, s. 161.

<sup>26</sup> m.t., s. 211-212.

taloudellinen kehitys, edellyttäen, että se on kuluttajien etujen mukainen, eikä muodosta kilpailun estettä”. Komission kanta yrityskauppojen mahdollisiin tehokkuusetuihin ei ole täysin selkiytynyt. Joka tapauksessa komissio edellyttää konkreettista näyttöä keskittymän tehokkuutta lisäävistä vaikutuksista. Tehokkuusetujen liittäminen kuluttajien etuihin tarkoittaa sitä, että yrityskaupan seurauksena saatavien kustannus- tai muiden etujen siirtämistä kuluttajille halvempina hintoina tai muulla tavoin voidaan pitää todennäköisenä. Tällöin ei kuitenkaan ole kyseessä puhdas tehokkuuspuolustus, vaan tekninen ja taloudellinen kehitys otetaan huomioon positiivisena tekijänä kokonaisarvostelun puitteissa.<sup>27</sup>

Yrityskaupan tehokkuusvaikutukset voidaan jakaa tuotannollisiin ja dynaamisiin vaikutuksiin. Tuotannolliset tehokkuusvaikutukset ovat seurauksia resurssisäästöistä, jotka antavat yrityksille mahdollisuuden saavuttaa pitkällä tähtäimellä samalla panosmäärällä aiempaa suuremman tuotoksen tai aiempaa parempilaatuisia tuotteita. Tuotannolliset tehokkuusvaikutukset ovat useimmin arvioinnin kohteena, koska ne voidaan, toisin kuin dynaamiset vaikutukset, laskennallisesti mitata. Dynaamiset tehokkuusvaikutukset tarkoittavat lähinnä innovoinnin tuloksena saatavia uusia tuotteita, tuotantotapoja, hyödykkeiden parantunutta laatua ja palvelua. Dynaamiset tehokkuusvaikutukset ovat kilpailuprosessin kannalta erityisen tärkeä elementti. Niiden todentaminen on kuitenkin hyvin vaikeaa ja varsinkin niiden mittaaminen lähes mahdotonta.<sup>28</sup>

Teollisuuspoliittisen arvioinnin tarpeellisuutta korostavan näkemyksen mukaan määräävässä asemassa EU:n sisällä johtava keskittymä voitaisiin sallia, jos suurempi yrityskoko olisi tarpeen, jotta eurooppalaiset yritykset pärjäisivät maailmanlaajuisessa kilpailussa amerikkalaisten ja japanilaisten suuryritysten kanssa. Teollisuuspolitiikalla pyritään luomaan otollinen toimintaympäristö teollisuudelle ja fuusiovalvonnalla turvaamaan sellaisen markkinarakenteen säilyttäminen, jossa teollisuuspolitiikan luomia etuja voidaan hyödyntää.

---

<sup>27</sup> Kuoppamäki 1992, s. 212-219.

<sup>28</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s. 288.



Fuusiovalvonnan suhde kansainväliseen kilpailukykyyn on kahtiajakoinen. Yrityskauppa voi parantaa siihen osallisten yritysten kilpailukykyä erityisesti voimakkaan kansainvälisen kilpailun alaisilla aloilla. Riittävän kilpailun puuttuessa yrityskauppa nostaa kansallista hintatasoa ja heikentää kansantalouden kilpailukykyä.<sup>29</sup>

Vuonna 1996 kiellettiin kolme yrityskeskittymää, v. 1997 yksi, v. 1998 kaksi, v. 1999 kiellettiin yksi keskittymä ja v. 2000 kaksi. Vuonna 2001 on kielletty jo viisi keskittymää. Komissio teki vuoden 2000 aikana 17 päätöstä perusteellisen II vaiheen tutkimuksen jälkeen, kun vastaava luku v. 1999 oli 10. Näistä asioista kolme hyväksyttiin ilman ehtoja, 12 hyväksyttiin ehdollisesti ja kaksi kiellettiin. Lisäksi kuusi toiseen vaiheeseen edenneistä tapauksista peruutettiin ennen lopullisen päätöksen tekemistä. Yhteensä komissio on kieltänyt 18 fuusiota marraskuun alkuun 2001 mennessä.

## **2.4 Sakkojen määrääminen**

Komissio voi 14 artiklan mukaan määrätä henkilöille, yrityksille tai niiden yhteenliittymille vähintään 1 000 ja enintään 50 000 euron sakon, jos nämä tahallaan tai tuottamuksesta eivät ilmoita keskittymää, antavat virheellisiä tietoja ilmoituksessa tai vastatessaan tietojensaantipyyntöön, eivät toimita tietoja nimenomaisessa päätöksessä asetetussa määräajassa, esittävät vaaditun kirjanpitosensa tai muut asiakirjat puutteellisina tutkimuksen yhteydessä tai kieltäytyvät alistumasta nimenomaisella päätöksellä määrättyyn tutkimukseen.

Täydellisten ja oikeiden tietojen antaminen on välttämätöntä, jotta komissio pystyisi tekemään päätöksensä tiukkojen määräaikojen kuluessa ja tietoisena kaikista merkityksellisistä seikoista. Virheelliset tai harhaanjohtavat tiedot voivat johtaa komission väärin päätöksiin, millä on mahdollisesti vakavia vaikutuksia yrityksiin ja kuluttajiin EU:ssa. Komissiossa harkitaan myös sakkojen

---

<sup>29</sup> Kuoppamäki 1992, s. 278.

maksimimäärän nostamista, mikä on tällä hetkellä suhteellisen pieni menettelysääntöjen rikkomisen vakavuuteen nähden.

Lisäksi komissio voi määrätä päätöksellä henkilöille tai yritykselle sakon, joka on enintään 10 % keskittymään osallistuvien yritysten kokonaisliikevaihdosta, jos kyseiset yritykset tahallaan tai tuottamuksesta toteuttavat kielletyn keskittymän tai laiminlyövät päätöksessä keskittymän hyväksymisen edellytykseksi asetettuja ehtoja. Sakon suuruutta määrättäessä on otettava huomioon rikkomuksen luonne ja sen vakavuus.

## **3 MERKITYKSELLISTEN MARKKINOIDEN MÄÄRITTÄMINEN**

### ***3.1 Markkinamäärittelyn tavoitteet***

Määrävän markkina-aseman syntymisen tai vahvistamisen arvioiminen edellyttää aina markkinoiden määrittelyä. Tällöin tulee määritellä erikseen merkitykselliset tuotemarkkinat ja maantieteelliset markkinat. Markkinoiden määrittelyn osalta soveltamisohjeita on löydettävissä komission tiedonannosta merkityksellisten markkinoiden määritelmästä.

Markkinoiden määrittelyn avulla tunnistetaan ja määritellään yritysten välisen kilpailun rajat ja luodaan puitteet, joiden rajoissa komissio soveltaa kilpailupolitiikkaa. Markkinoiden määrittämisen päätavoite on selvittää järjestelmällisesti asianosaisten yritysten kohtaamat kilpailurajoitukset. Määrittelemällä markkinat sekä tuotteen että maantieteellisen ulottuvuuden kannalta pyritään saamaan selville sellaiset asianosaisten yritysten todelliset kilpailijat, jotka voivat rajoittaa yritysten käyttäytymistä ja estää niitä käyttäytymästä todellisista kilpailupaineista riippumattomasti.<sup>30</sup>

Julkaisemalla menettelytavat päätöksenteossaan komissio halusi lisätä avoimuutta

---

<sup>30</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohta 2.

kilpailupolitiikan alalla. Näin yritykset voivat paremmin varautua mahdollisuuteen, että komissio havaitsee tietyssä asiassa kilpailuun liittyviä ongelmia. Yritykset voivat ottaa tämän huomioon harkitessaan yritysostoja tai tiettyjen sopimusten tekemistä. Tarkoituksena oli myös, että yritykset ymmärtävät paremmin, minkälaisia tietoja komissio pitää markkinoiden määrittelyn kannalta merkityksellisinä.<sup>31</sup>

Yrityskauppojen arvioinnissa varsinainen määräävän markkina-aseman olemassaolon selvittäminen on perustunut käytännössä hyvin voimakkaasti relevanteista markkinoista laskettujen markkinaosuuksien avulla tapahtuvaan päättelyyn. Tällöin huolellisesti suoritettu markkinoiden määrittely on yleensä välttämätöntä määräävän markkina-aseman selvittämiseksi. Todellisia relevantteja markkinoita kapeammiksi tai laajemmiksi määritellyt markkinat antavat vääristyneen kuvan hyödykkeiden ja yritysten kilpailuasemista.<sup>32</sup>

### **3.2 Markkinoiden määrittämisen peruseriaatteen**

#### **3.2.1 Kysynnän korvattavuus**

Merkityksellisten markkinoiden määrittelyssä kysynnän korvaaminen on taloudelliselta kannalta välittömästi ja tehokkain tekijä, joka rajoittaa tietyn tuotteen toimittajien käyttäytymistä erityisesti niiden hinnoittelupäätösten suhteen. Yritykset eivät voi vaikuttaa merkittävästi myyntiehtoihin, kuten hintoihin, jos asiakkaat voivat helposti siirtyä käyttämään korvaavia tuotteita tai muualla sijaitsevia tavarantoimittajia.<sup>33</sup>

Markkinoiden määrittelyssä keskitytään erityisesti suhteellisten hintojen pienistä, mutta pysyvistä muutoksista seuraavaan kysynnän korvaamiseen (kysyntäsubstituutio). Kysymys kuuluu, vaihtaisivatko osapuolten asiakkaat helposti saatavilla oleviin korvaaviin tuotteisiin tai muualla sijaitseviin

---

<sup>31</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohdat 4-5.

<sup>32</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s.108-109.

<sup>33</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohta 13.

tavarantoimittajiin vastatakseen oletettuun pieneen (5-10 %) mutta pysyvään hinnanmuutokseen kyseisten tuotteiden tai alueiden hinnoissa. Jos korvaamista esiintyy niin paljon, että hinnankorotus muuttuu kannattamattomaksi siitä seuraavien myyntitappioiden vuoksi, merkityksellisiin markkinoihin otetaan mukaan muita korvaavia tuotteita ja alueita, kunnes tuotevalikoima ja maantieteellinen alue ovat sellaisia, että pieni mutta pysyvä hintojen muutos olisi kannattavaa.<sup>34</sup>

Käytännön esimerkkinä tästä testistä voidaan mainita sen soveltaminen sulautumaan esim. virvoitusjuomien alalla. Tällaisessa asiassa olisi päätettävä, kuuluvatko erimakuiset virvoitusjuomat samoille markkinoille. Kysymys kuuluu, vaihtaisivatko juoman A kuluttajat muihin makuihin, jos juoman A hinta nousisi 5-10 %. Jos niin moni kuluttaja vaihtaisi esim. juomaan B, että juoman A hinnannousu ei olisi kannattava sitä seuraavien myyntitappioiden vuoksi, markkinat käsittäisivät vähintään juomat A ja B. Testi olisi ulotettava muihin saatavilla oleviin juomiin, kunnes tuotevalikoima olisi sellainen, että hinnannousu ei aiheuttaisi kysynnän siirtymistä riittävästi.

Relevanttien markkinoiden määrittämisessä useimmin käytetty taloustieteen kvantitatiivinen tekniikka on ollut kysynnän ristijoustojen estimointi. Hyödykkeen A kysynnän ristijousto suhteessa hyödykkeeseen B määritellään A:n kysynnän muutoksena suhteessa B:n hinnan muutokseen. Joidenkin mielestä tärkeämpi markkinavoiman kuvaaja on kuitenkin oman kysynnän hintajousto, koska se vastaa markkinoiden määrittämisen kannalta oikeaan kysymykseen eli siihen, voisiko yritys korottaa hyödykkeiden hintoja voittoa tuottavalla tavalla. Alhainen hintajousto merkitsee suoraan sitä, että yritykselle olisi kannattavaa toimia kyseisten hyödykkeiden tarjoajana, koska hintaa voisi helposti nostaa kilpailullista tasoa korkeammalle. On myös huomioitava, että samalla kun hyödykkeen oman kysynnän hintajousto on korkea sen ristijousto voi olla alhainen (ja päinvastoin). Eri joustotyyppejä ei siis tarvitse olla samansuuruisia.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohta 17.

<sup>35</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s. 96-97.

Kysynnän ristijouaston tarkastelussa huomiota on kiinnitettävä myös hintatason kilpailullisuuteen ennen hinnankorotusta. Mikäli hinnat ovat korkealla jo ennen 5-10 %:n testikorotusta, kuluttajan kipukynnys ylittyy herkemmin ja tuotetta vaihdetaan. Tällöin asiakkaiden siirtyminen ei osoitakaan tuotteiden keskinäistä korvaavuutta, vaan lähinnä sitä, että yritys on jo aikaisemmin hyödyntänyt markkinavoimaansa nostamalla hintojaan yli kilpailullisen tason. Vaikeuksia testin käyttämisessä liittyy myös siihen, ettei markkinoita voi sulkea koeputkeen. Testi on hypoteettinen ja käytännön kausaalisuhteiden osoittaminen monimutkaista. Ristijouaston selvittäminen edellyttää riittävän yksityiskohtaista ja riidatonta tilastoaineistoa, jollaista useinkaan ei ole saatavilla.<sup>36</sup>

### 3.2.2 Tarjonnan korvattavuus

Tarjonnan korvattavuus otetaan myös huomioon sellaisissa tapauksissa, joissa sen vaikutukset vastaavat kysynnän korvattavuuden vaikutuksia tehokkuudeltaan ja välittömyydeltään. Tämä edellyttää, että tavarantoimittajat voivat vaihtaa tuotannon merkityksellisten tuotteiden tuotantoon ja saattaa tuotteet markkinoille lyhyellä aikavälillä ilman, että tästä seuraa merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä.<sup>37</sup> Tällöin lisääntynyt tuotanto markkinoilla rajoittaa toimittajien käyttäytymistä samalla tavoin kuin mahdollinen asiakkaiden menetys kysyntäsubstituutiotapauksessa. Aikaväli tuotteiden markkinoille saattamiseen voi olla muutamia kuukausia tai korkeintaan vuosi.<sup>38</sup>

Tarjonnan korvattavuuden käsitteen suhteesta alalletulon esteisiin on kiistelty paljon. Potentiaalinen kilpailija voi joutua tekemään huomattavia muutoksia tuotantokoneistoonsa valmistukseensa uutta tuotetta. Kalliiden ja teknisesti vaativien muutosten vaikutuksia tulisikin fuusiota tutkittaessa käsitellä alalletulon esteiden kannalta tarjonnan korvattavuuden sijaan. Tällöin tarkastelu tapahtuisi

---

<sup>36</sup> Kuoppamäki 2000, s. 152.

<sup>37</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohta 20.

<sup>38</sup> Alonso 1994, s. 206-207.

markkinoiden määrittämisen jälkeen, potentiaalisen kilpailun yhteydessä tutkittaessa määräävän aseman syntymistä.

### **3.3 Tuotemarkkinat**

Merkitykselliset tuotemarkkinat määritellään sulautuma-asetuksen mukaisen CO - lomakkeen 6 jaksossa seuraavasti: ”Kyseisiin tuotemarkkinoihin kuuluvat kaikki tuotteet ja/tai palvelut, joita kuluttaja pitää keskenään vaihdettavissa tai korvattavissa olevina niiden ominaisuuksien, hintojen tai käyttötarkoituksen vuoksi”.

Tuotemarkkinoiden määrittelyssä tarvittavat tiedot

Analysoimalla tuotteen ominaisuudet ja sen käyttötarkoituksen komissio voi rajata mahdollisten korvaavien tuotteiden tutkimista. Tämä ei kuitenkaan riitä sen päättämiseen, ovatko tuotteet kysynnän kannalta toisensa korvaavia. Todisteet, joita komissio pitää olennaisina kahden tuotteen keskinäisen korvattavuuden arvioimiseksi, voidaan luokitella seuraavasti:<sup>39</sup>

1. Todisteet korvattavuudesta lähimenneisyydessä.

Tietyissä tapauksissa voidaan analysoida markkinoilla tapahtuneita ilmiöitä, jotka tarjoavat esimerkkejä tuotteiden välisestä korvattavuudesta (esim. hinnankorotusten tai uusien tuotteiden markkinoilletulon vaikutuksesta kysyntään).

2. Kvantitatiiviset testit.

Markkinoiden rajaamista varten on olemassa erilaisia ekonometrisiä ja tilastollisia menetelmiä, esim. tuotteen kysynnän hintajoustoa ja ristijoustoa koskevat testit.

3. Asiakkaiden ja kilpailijoiden näkemykset.

Komissio ottaa usein yhteyttä tutkittavana olevien yritysten tärkeimpiin

---

<sup>39</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohdat 38-43.

asiakkaisiin ja kilpailijoihin saadakseen selville niiden käsitykset tuotemarkkinoiden rajoista.

#### 4. Asiakkaiden mieltymykset.

Yritysten tilaamista markkinatutkimuksista saadaan hyödyllistä tietoa sen selvittämiseksi, pitääkö taloudellisesti merkittävä osa kuluttajista kahta tuotetta toisensa korvaavina.

#### 5. Esteet ja kustannukset, joita liittyy kysynnän siirtymiseen mahdollisiin korvaaviin tuotteisiin.

Nämä voivat johtaa siihen, että kaksi ensi näkemältä toisensa korvaavaa tuotetta kuuluvat eri tuotemarkkinoille. Esim. vaihtoehtoisten tuotantopanosten edellyttämät investoinnit, asiakkaiden sijainti tai epävarmuus tuntemattoman tavarantoimittajan laadusta voivat aiheuttaa vaikeuksia siirtää tuotantoa korvaaviin tuotteisiin.

#### 6. Erilaiset asiakasryhmät ja hintasyrjintä.

Kyseessä olevan tuotteen selkeä asiakasryhmä voi muodostaa kapeammat, erilliset markkinat, joilla tällaiseen ryhmään saatetaan kohdistaa hintasyrjintää.

Tuotemarkkinoiden määrittelemisessä on usein kyse sen päättämisestä, kuuluvatko tuote A ja tuote B samoille markkinoille. Usein tuotteen B sisällyttäminen markkinoihin riittää poistamaan kilpailuun liittyvät ongelmat. Tällöin ei ole tarpeen pohtia, kuuluuko markkinoille myös muita tuotteita, eikä tehdä lopullista päätelmää täsmällisistä tuotemarkkinoista.

### **3.4 Maantieteelliset markkinat**

Merkitykselliset maantieteelliset markkinat määritellään CO –lomakkeen 6 jaksossa seuraavasti: ”Kyseiset maantieteelliset markkinat muodostuvat alueesta, jolla asianosaiset yritykset ovat sitoutuneet tarjoamaan kyseisiä tavaroita ja palveluja, jolla kilpailuedellytykset ovat riittävän yhtenäiset ja joka voidaan

erottaa vierekkäisistä maantieteellisistä alueista erityisesti kilpailuedellytysten huomattavan erilaisuuden perusteella”. Samassa yhteydessä luetellaan kilpailuolosuhteiden erilaisuuden arvioinnissa vaikuttavat seikat:

- tuotteiden tai palvelujen luonne ja ominaisuudet
- markkinoilletulon esteet ja kuluttajien mieltymykset
- yritysten markkinaosuuksien huomattavat erot verrattuna lähimarkkinoihin
- merkittävät hintaerot

Komission suhtautuminen merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn voidaan tiivistää seuraavasti: komissio muodostaa alustavan käsityksen maantieteellisten markkinoiden ulottuvuudesta osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinaosuuksien perusteella sekä hinnoittelua ja hintaeroja koskevien alustavien analyysien perusteella. Komissio käyttää tätä alustavaa oletusta yleensä työhypoteesina pyrkiessään määrittämään maantieteelliset markkinat tarkasti. Alustavaa hypoteesia tarkistetaan analysoimalla kysynnän ominaispiirteitä, jotta saataisiin selville, ovatko eri alueiden yritykset kuluttajien kannalta todella vaihtoehtoinen hankintalähde. Teoreettinen oletus perustuu suhteellisten hintojen muutoksista seuraavaan korvaamiseen, ja kysymys kuuluu, alkaisivatko osapuolten asiakkaat tilata muualla toimivilta yrityksiltä, jos tähän liittyvät kustannukset jäisivät alhaisiksi.<sup>40</sup>

Merkittävät erot hinnoissa eri alueiden välillä eivät välttämättä merkitse, että kukin näistä alueista muodostaa erillisen markkina-alueen. Erilainen hintataso voi johtua tehokkuuseduista, palkkaeroista tai muista paikallisista eroista, jotka johtavat kustannusetuihin joillakin alueilla. Asiakkaat korkeampien hintojen alueella voisivat vaihtaa alempien hintojen alueen myyjiin, jos hintoja vielä nostettaisiin niin paljon, että kustannukset myyjän vaihdosta alittavat sen hyödyt. Korkeiden hintojen aluetta ei siten voi määritellä erilliseksi markkina-alueeksi ainoastaan hintaerojen takia.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohdat 28-29.

<sup>41</sup> Kauper 1997, s. 1758.



Komissio ei useimmiten nostakaan yhtä asiaa tärkeimmäksi määritellössään maantieteellisiä markkinoita, vaan perustelee päätöksensä usean tekijän yhteisvaikutuksella. Tämän takia ei voida esim. kauppavirtojen määrästä yhdessä tapauksessa päätellä, että samansuuruiset kauppavirrat toisessa tapauksessa johtaisivat samanlaiseen päätökseen markkinoiden laajuudesta<sup>42</sup>.

Maantieteellisten markkinoiden määrittelyn kannalta komissio pitää seuraavia tietoja merkityksellisinä:<sup>43</sup>

1. Todisteet tilausten siirtämisestä aiemmin muille alueille.

Tietyissä tapauksissa saadaan ehkä todisteita hintojen muutoksista eri alueiden välillä ja tästä seuraavista asiakkaiden reaktioista.

2. Kysynnän ominaispiirteet.

Kansalliset mieltymykset tai mieltymys kotimaisiin merkkeihin, kieli, kulttuuri ja elämäntapa sekä paikallisen läsnäolon tarve voivat rajoittaa merkittävästi kilpailun maantieteellistä ulottuvuutta.

3. Asiakkaiden ja kilpailijoiden näkemykset markkinoiden laajuudesta.

4. Ostotottumusten maantieteelliset ominaispiirteet tarkasteluhetkellä.

Maantieteelliset markkinat katsotaan yleensä yhteisön laajuisiksi, jos asiakkaat voivat tehdä hankintansa samoin ehdoin kaikista yhteisön alueella sijaitsevista yrityksistä.

5. Kauppavirrat/toimitusmuodot.

Kauppavirtojen analyysissä käsitellään yleensä kuljetuskustannuksiin liittyviä kysymyksiä ja sitä, missä määrin ne voivat estää eri alueiden välistä kauppaa

---

<sup>42</sup> Cook & Kerse 1996, s. 144.

<sup>43</sup> Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä, kohdat 45-50.

ottaen huomioon tuotantolaitosten sijainnin, tuotantokustannukset ja suhteelliset hintatasot.

Suomen maantieteellinen sijainti on esimerkiksi monista muista EU-maista siinä mielessä poikkeava, että hyödykkeiden kuljettamisesta Suomeen aiheutuvat kustannukset ovat selvästi useimpia muita maita korkeammat johtuen pitkistä välimatkoista ja vesistöjen osuudesta osana kuljetusreittejä. Tästä syystä kuljetuskustannukset ovat eräiden hyödykkeiden osalta selkeästi Suomen ainakin Keski-Euroopan maista erottava tekijä. Tällaisia tuotteita ovat etenkin alhaisen jalostusarvon bulkkituotteet. Korkean jalostusarvon hyödykkeiden kohdalla kuljetuskustannukset ovat usein niin alhaisia suhteessa hyödykkeen kokonaisarvoon, että Suomen maantieteellinen sijainti ei hyödykkeen hinnassa paljoa merkitse.<sup>44</sup> Kuljetuskustannusten ollessa alle viisi prosenttia tuotteen hinnasta niillä ei ole vaikutusta markkinoiden määrittelyyn. Komission mukaan edes 10 prosentin kuljetuskustannukset eivät olleet ratkaisevan suuria useimmille asiakkaille Mannesmann/Hoesch –yrityskaupassa<sup>45</sup>.

Usein eri maantieteellisten alueiden välillä kuljetetaan ainakin jonkin verran arvioinnin kohteena olevaa hyödykettä. Jos esimerkiksi tuonti jo nykyisellään kattaa merkittävän osan kysynnästä, ei usein ole epäilystä siitä, etteikö tuonti edelleen lisääntyisi hinnan korotuksen yhteydessä. Kauppavirta eri alueiden välillä on tällöin hyvä merkki siitä, että kyseiset alueet kuuluvat samoille maantieteellisille markkinoille. On myös huomattava, että vaikka tämän hetkisiä kauppavirtoja ei esiintyisikään alueiden välillä, sellainen saattaa syntyä merkittävän hinnankorotuksen yhteydessä. On siis selvitettävä, onko nykyinen hinnoittelu juuri niin alhaisella tasolla, ettei tuonti tai vienti nykyisellään kannata, mutta muuttuisi kannattavaksi, jos hintoja korotettaisiin.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s. 104.

<sup>45</sup> M.222, 12.11.1992.

<sup>46</sup> Cook & Kerse 1996, s. 104-105.

Mannesmann/Vallourec/Ilva –tapauksessa<sup>47</sup> komission mukaan relevantti markkina-alue ei sisältänyt Aasiaa, mutta jos hintoja nostettaisiin Euroopassa huomattavasti, tuonti Japanista vaikeuttaisi yhdistyneiden yritysten asemaa. Päätöstä on kommentoitu poliittiseksi ja kritisoitu taloudellisen analyysin puutteellisuudesta. On kuitenkin tapauksia, joissa esim. suhteelliset hinnat, tuontitullit ja vähäinen kauppavirta voivat rajoittaa maantieteelliset markkinat läntiseen Eurooppaan, mutta eurooppalaisten yritysten monopolihinnoittelu muuttaisi nopeasti tilannetta aiheuttaen huomattavaa tuonnin lisäystä.<sup>48</sup>

Kauppavirtojen analyysissä viennin ja/tai tuonnin tulisi komission mukaan ylittää 10 prosentin raja, jotta laajempi markkinamäärittely tulisi kyseeseen. Komissio on useissa tapauksissa edellyttänyt vastavuoroisuutta, eli viennin ja tuonnin on tullut tapahtua samojen alueiden välillä. Mannesmann/Vallourec/Ilva –tapauksessa yhteisön vienti kohdistui pääosin Pohjois-Amerikkaan, josta ei vastaavasti tullut tuontia juuri ollenkaan yhteisön alueelle. Tuonti tapahtui pääosin Japanista. Komissio ei hyväksynyt laajempaa markkina-alueen määrittelyä, jota yritykset ehdottivat.<sup>49</sup> Vastavuoroisuuden vaatimusta on kritisoitu, koska tutkinnassa on kyse tulevaisuuden hinnanmuutosten todennäköisistä vaikutuksista. Nykyiset kauppavirtatilastot eivät välttämättä kerro kilpailijoiden reaktioista tulevaisuuden hinnankorotuksiin.<sup>50</sup>

6. Esteet ja kustannukset, joita aiheutuu tilausten siirtämisestä muualla sijaitseville yrityksille.

Rajat ylittävien ostojen tai kauppavirtojen puuttuminen ei välttämättä merkitse sitä, että markkinat kattavat enintään kotimaan. Esteet, jotka eristävät kansalliset markkinat, on tunnistettava ennen kuin voidaan päätellä merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden olevan tällaisessa tapauksessa kansalliset.

---

<sup>47</sup> M.315, 31.1.1994.

<sup>48</sup> Cook & Kerse 1996, s. 161.

<sup>49</sup> Hawk & Huser 1996, s. 153.

<sup>50</sup> Kauper 1997, s. 1761.

Maantieteellisten markkinoiden määrittäminen tehdään usein tuotemarkkinoiden määrittämisen jälkeen, mitä on arvosteltu. Arvostelijoiden mukaan tämä voi johtaa liian kapeasti määriteltyihin markkinoihin. Markkinoiden määrittely tulisi täten tehdä samanaikaisesti sekä tuotteiden että maantieteellisen alueen osalta.<sup>51</sup>

Markkinoiden määrittämisessä mm. sisämarkkinaohjelman vaikutukset ja EU:n julkisia hankintoja koskevat määräykset muuttavat perinteisesti kansallisten markkinoiden luonnetta, joillakin aloilla huomattavan paljon ja nopeasti. Valmistusprosessien ja teknologian kehitys laajentaa aluetta, jolla tuotteita voidaan markkinoida tehokkaasti. Toiminta-alueen ei enää tarvitse rajoittua paikallisesti vain yhden valtion alueelle. Tämä vaikuttaa myös komission analyysiin maantieteellisten markkinoiden laajuudesta.<sup>52</sup>

## **4 KOMISSION RATKAISUKÄYTÄNTÖ FUUSIOTAPAUKSISSA**

### **4.1 Volvo/Scania<sup>53</sup>**

#### **4.1.1 Yrityskaupan osapuolet ja tarkoitus**

Komissio sai 22.9.1999 ennakoilmoituksen keskittymästä, jossa AB Volvo hankkisi omistukseensa Scania AB:n, ostamalla sen osakkeita sulautumasetuksen 3 artiklassa tarkoitettulla tavalla. Volvo toimii pääasiassa kuorma-autojen, linja-autojen, rakennuslaitteiden, meri- ja teollisuusmoottoreiden sekä lentokoneenosien valmistuksen ja myynnin alalla. Scania on Volvon tavoin ruotsalainen yhtiö, joka toimii pääasiassa kuorma-autojen, linja-autojen, meri- ja teollisuusmoottoreiden alalla. Volvon mukaan ehdotetun keskittymän tarkoituksena oli tukea Volvon pyrkimyksiä kilpailla Aasian, Keski-Euroopan, entisen Neuvostoliiton tasavaltojen ja Etelä-Amerikan suurilla ja kasvavilla

---

<sup>51</sup> Aalto-Setälä et al. 1999, s. 94.

<sup>52</sup> Cook & Kerse 2000, s. 139.

<sup>53</sup> M.1672, 14.3.2000.

raskaiden kuorma-autojen ja linja-autojen markkinoilla. Volvon mukaan näiden alueiden mahdollisuuksien hyödyntäminen edellyttää suuria investointeja. Volvo katsoi toiminnan laajentamisen kyseisille kasvaville markkinoille ehdottomaksi edellytykseksi, jos se haluaa toimia tehokkaasti ja säilyttää kilpailukykyensä maailman johtaviin kuorma- ja linja-autonvalmistajiin ja etenkin DaimlerChrysleriin sekä suuriin pohjoisamerikkalaisiin moottorinvalmistajiin verrattuna.

Komission mukaan ehdotettu toimenpide vaikuttaa pääasiassa kahteen osa-alueeseen eli kuorma-autoteollisuuteen (erityisesti raskaat kuorma-autot) ja linja-autoteollisuuteen (kaupunki-, linja- ja matkailuliikenteen linja-autot).

#### 4.1.2 Merkitykselliset tuotemarkkinat (kuorma-autot)

Ehdotettu keskittymä olisi muodostanut Euroopan suurimman raskaiden (yli 16 tonnin) kuorma-autojen valmistajan. Volvo jaotteli markkinat komission aikaisemman päätöksen mukaisesti kolmeen segmenttiin kuorma-auton kokonaispainon mukaan: kevyet (alle 5 tonnia), keskiraskaat (5-16 tonnia) ja raskaat kuorma-autot (yli 16 tonnia). Sekä kilpailijoiden että asiakkaiden mukaan jaottelu on oikea ja vastaa toimialan yleistä standardia. Asiakkailta on valittavanaan monia erityyppisiä raskaita kuorma-autoja. Komissio katsoi, että kuorma-auton tyypin vaihtamisesta aiheutuvia kustannuksia ei sinänsä voida pitää merkittävänä, joten erityyppiset raskaat kuorma-autot eivät merkitse erillisiä tuotemarkkinoita. Komissio päätteli, että raskaiden kuorma-autojen luokan voidaan katsoa tässä tapauksessa muodostavan yhden merkityksellisen tuotemarkkinan.

#### 4.1.3 Merkitykselliset maantieteelliset markkinat (kuorma-autot)

Komissio kohdisti tutkimuksensa Pohjois-Eurooppaan, erityisesti neljään Pohjoismaahan (Ruotsi, Suomi, Tanska, Norja) sekä Irlantiin. Komission mukaan

näiden viiden maan osalta raskaiden kuorma-autojen merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat yhä laajuudeltaan kansalliset.

#### 4.1.3.1 Volvon esittämät väitteet

Volvo tukeutui ilmoituksessaan komission päätelmiin tapauksessa Renault/Iveco<sup>54</sup>. Kyseisessä päätöksessä komissio päätteli, että ETA-maat muodostivat kaukoliikenteen linja-autojen merkitykselliset markkinat lähinnä siksi, että tuonnin ja viennin määrät olivat suuria. Komissio totesi myös, että kaukoliikenteen linja-autojen ostajat ovat yksityisiä liikkeenharjoittajia, joille hinta on tärkeä tekijä ja joille kotimaisiin valmistajiin liittyvällä merkkiuskollisuudella on vähäinen merkitys. Lisäksi Volvo viittasi seuraaviin tekijöihin, joiden se väitti olevan määrääviä maantieteellisten markkinoiden määrittämisessä:

##### 1. Hintatasot.

Volvon mukaan jäsenvaltioiden välillä ei ole merkittäviä hintaeroja. Esim. Volvon raskaiden kuorma-autojen hinnat vaihtelevat jäsenvaltioissa Ranskaa lukuun ottamatta +/- 10 %.

##### 2. Valmistajat toimivat jo ETA:n laajuisesti ja ETA:n sisäinen tuonti on lisääntymässä.

Volvon mukaan seitsemän suurinta raskaiden kuorma-autojen valmistajaa, joiden hallussa on noin 97 % Euroopan markkinoista, toimivat lähes kaikissa jäsenvaltioissa ja harjoittavat kaikki merkittävää vientikauppaa. Ruotsin ulkopuolinen myynti oli Volvolla 90 % ja Scanialla 80 % vuoden 1998 koko liikevaihdosta. Raskaiden kuorma-autojen myynnistä Pohjoismaissa tuontia oli noin 30 %.

##### 3. Suurten yksityisten ja rajat ylittävien ostajien syntyminen.

---

<sup>54</sup> M.1202, 22.10.1998.

Volvon mukaan kuorma-autoteollisuuden sääntelyn poistuminen on aiheuttanut asiakasprofiilin ja ostotottumusten merkittävän muuttumisen. Erityisesti tämä on johtanut suurten monikansallisten liikenteenharjoittajien syntymiseen. Kun Volvon asiakkaat olivat ennen enimmäkseen pieniä tai keskisuuria liikenteenharjoittajia, suurin osa sen nykyisistä asiakkaista omistaa suuren, vähintään 20-25 kuorma-auton ajoneuvokannan. Nämä suuret liikenteenharjoittajat toimivat useissa jäsenvaltioissa, ja monet niistä joko hankkivat kuorma-autonsa keskitetysti yhdeltä toimittajalta tarjouskilpailun jälkeen tai neuvottelevat jälleenmyyjien kanssa käyttäen hyväksi tietämystään hinnoista ja kilpailun edellytyksistä muissa jäsenvaltioissa.

#### 4. Kahden toimittajan järjestelmän syntyminen.

Volvon mukaan yli 20-25 ajoneuvoa omistavat liikenteenharjoittajat sisällyttävät ajoneuvokantaansa tavallisesti vähintään kahta eri ajoneuvomerkkiä varmistaakseen hankintaneuvotteluissa riippumattomuutensa yhdestä tietystä valmistajasta.

#### 5. Tuotteiden standardointi.

Volvon mukaan aikaisemmin ajoneuvon painoa ja pituutta koskevat rajoitukset estivät koko yhteisössä käytettäväksi soveltuvien kuorma-automallien kehittämisen, mutta uusien direktiivien kautta toteutettu yhdenmukaistamisprosessi on johtanut tilanteeseen, jossa painoltaan ja mitoiltaan samaa peruskuorma-autoa voidaan myydä ja käyttää koko Euroopassa.

#### 6. Ulkomaisten tuottajien markkinoillepääsyn esteiden puuttuminen.

Volvon mukaan tarve luoda jälleenmyyjien ja myynninjälkeistä palvelua tarjoavien liikkeiden verkosto ei enää estä ulkomaisia kuorma-autonvalmistajia kilpailemasta tietyssä jäsenvaltiossa.

#### 4.1.3.2 Komission arvio maantieteellisistä markkinoista

Tutkimuksen edetessä Volvo muutti lähestymistapaansa ja esitti, että arvioinnissa olisi kiinnitettävä päähuomio toimittajan kykyyn käyttää erilaista hinnoittelua eri

markkinoilla. Volvo toimitti kaksi raporttia, jotka sen mielestä osoittivat, että vertailukelpoisten raskaiden kuorma-autojen hintojen vaihteluväli Ruotsia lukuun ottamatta koko yhteisössä oli 5-15 % ja että siksi muiden jäsenvaltioiden välillä ei ole merkittäviä hintaeroja. Komission mukaan todisteet osoittavat, että Volvo ja muut raskaiden kuorma-autojen toimittajat ovat soveltaneet eri jäsenvaltioissa keskenään vertailukelpoisiin tuotteisiin toisistaan merkittävästi poikkeavia hintoja ja voittomarginaaleja. Todisteet, jotka komission mukaan osoittavat raskaiden kuorma-autojen markkinoilla vallitsevien kilpailuedellytysten vaihtelevan jäsenvaltioittain, ovat seuraavia:

1. Hintataso eri jäsenvaltioissa vaihtelee merkittävästi.

Volvon ilmoituksen tiedot osoittavat kansallisten hintojen vaihtelevan jopa 20 %. Hintojen voidaan havaita vaihtelevan merkittävästi jopa naapurimaiden välillä. Komission keräämät tiedot hinnoista eri jäsenvaltioissa osoittavat, että esim. eniten myytyjen kuorma-autojen hinnat olivat Yhdistyneessä kuningaskunnassa yli 40 % korkeammat kuin Irlannissa. Myös kilpailijoiden esittämät hintatiedot vahvistivat, että kansallisten hintojen välillä on suuria eroja, jotka ovat samansuuntaisia kuin Volvon hintojen erot.

Volvo esitti, että maantieteellisten markkinoiden määrittelyn kannalta ratkaiseva kysymys pitäisi olla, onko hintoihin tai voittomarginaaleihin perustuva syrjintä eri alueiden välillä mahdollista. Komission mukaan Volvon toimittamista tiedoista selviää sen onnistuneen ylläpitämään merkittäviä hintaeroja naapurimaiden välillä ja lisäksi soveltamaan merkittävästi toisistaan poikkeavia voittomarginaaleja. Komission mukaan todisteet eivät tue Volvon väitettä, jonka mukaan Pohjoismaita, Yhdistynyttä kuningaskuntaa ja Irlantia ei olisi pidettävä toisistaan erillisinä maantieteellisinä markkinoina. Jos markkinat olisivat kansallisia markkinoita laajemmat, olisi komission mukaan järkevää olettaa, että raskaiden kuorma-autojen ostajat käyttäisivät vallitsevia hintaeroja hyväkseen ostamalla ajoneuvonsa naapurimaasta ja/tai että arbitraasin harjoittajat käyttäisivät hyväkseen näiden erojen luomia mahdollisuuksia ostaakseen Volvon ajoneuvot maissa, joissa voittomarginaalit ovat alhaisimmat, ja myydäkseen ne asiakkailleen



maissa, joissa marginaalit ovat korkeat. Tällaisen asiakaskäyttötymisen puuttumisen syitä sekä muita todisteita mainitaan seuraavissa kohdissa.

## 2. Asiakkaiden erityistarpeet.

Komission mukaan markkinatutkimuksesta käy ilmi, että vaikka kuorma-autojen valmistajilla on valmiudet toimittaa joukko erilaisia raskaiden kuorma-autojen tyyppisiä, asiakkaiden erityistarpeet ovat sellaiset, että eri jäsenvaltioissa myytyjen kuorma-autojen mallit ja tekniset kokoonpanot aiheuttavat merkittävää vaihtelua. Kuorma-autojen tärkeimpinä pidetyt perusominaisuudet vaihtelevat sen mukaan, missä jäsenvaltiossa ne on myyty. Eroja aiheuttaa perävaunun tarpeesta, moottoreiden voimakkuudesta, akseliyhdistelmistä ja ohjaamon mukavuustasosta.

## 3. Tekniset vaatimukset vaihtelevat jäsenvaltioittain.

Vaikka Euroopan tasolla on saavutettu tiettyä yhdenmukaistamista, on vielä paljon raskaita kuorma-autoja koskevia teknisiä vaatimuksia, jotka vaihtelevat eri maissa. Iso-Britanniassa ja Irlannissa se, että kaikki ajoneuvot on mukautettava oikeanpuoleisen ajolaitteen käyttöön, rajoittaa suuresti mahdollisuutta tuoda maahan ajoneuvoja, jotka on tarkoitettu käytettäväksi Manner-Euroopassa. Pohjoismaista on huomattava, että ajoneuvojen tyyppihyväksyntäjärjestelmän ei odoteta tulevan kokonaan voimaan vielä 2-3 vuoteen (ratkaisua tehtäessä v. 2000). Esim. Ruotsissa ja Suomessa sallitaan painavammat kuormat ja pitemmät kuorma-autot kuin muualla Euroopassa. Ruotsissa lisäksi edellytetään erityinen tyyppihyväksyntää koskeva vaatimus, ohjaamon törmäystesti. Volvo on myöntänyt, että testi muodostaa markkinoille pääsyn esteen muille kuin ruotsalaisille raskaiden kuorma-autojen valmistajille.

## 4. Hankinnat tehdään kotimaassa.

Markkinatutkimus on osoittanut raskaiden kuorma-autojen ostajien kääntyvän hyvin harvoin muualla kuin kotimaassaan toimivien jälleenmyyjien puoleen. Vaikka ostaja on nk. suurasiakas, joka harjoittaa kansainvälistä kuljetustoimintaa ja jonka toiminnot sijaitsevat eri maissa, kuorma-autot ostetaan kotimaasta ja ostopäätökset perustuvat jälleenmyyjien tukeen ja kyseisessä maassa

noudatettavaan hinnoitteluun. Tämä pitää paikkansa varsinkin, kun asiakas on pieni tai keskisuuri kuljetusyritys. Suurin osa pohjoismaisista kuorma-autojen ostajista on pieniä yrityksiä, jotka tekevät hankintansa kotimaassa eivätkä harkitse hintaerojen hyödyntämistä, koska ne tarvitsevat myynnin jälkeistä tukea ja huoltopalveluja. Lisäksi komissio selvitti, että jakelijat pitävät uuden kuorma-auton myyntiä huollosta ja varaosien myynnistä myöhemmin saatavien tulojen lähteenä, joista jakelija saa tavallisesti huomattavasti suuremman voittomarginaalin kuin uuden kuorma-auton myynnistä. Volvon toimittamat tiedot vahvistavat, että suurin osa jakelijan tuotosta kertyy huollosta ja varaosien myynnistä. Siksi jakelija, joka tietää, että kuorma-auton myynnistä tietylle asiakkaalle ei seuraa myynnin jälkeisiä tuloja, on vähemmän innokas tarjoamaan asiakkaalle edullista hintaa. Siten asiakkaat, jotka yrittävät tuoda kuorma-autoja yksityisesti maahan toisesta jäsenvaltiosta, voivat helposti joutua huomaamaan, että niiden on maksettava paikallisten asiakkaiden maksamia hintoja enemmän.

#### 5. Jakelu- ja huoltoverkosto

Kuorma-autojen ostajilta saadut vastaukset osoittavat poikkeuksetta, että tehokas ja kattava myynnin jälkeinen palvelu- ja huoltoverkosto on kuorma-autoliikenteen harjoittajalle ensiarvoisen tärkeä. Markkinatutkimus osoitti, että kilpailijoiden verkostojen mukauttaminen Volvon ja Scanian verkostojen tasolle niin, että ne vastaisivat Pohjoismaissa laajaa toimintaa harjoittavien asiakkaiden vaatimuksia, vaatisi huomattavia investointeja. Koska Pohjoismaiden markkinat ovat suhteellisen pienet ja niiden tekniset vaatimukset aiheuttavat lisäkustannuksia, vähimmäismarkkinaosuudeksi on katsottu 10-15 %, ennen kuin päätös lisäkustannusten hyväksymisestä on perusteltu. Komissio on myös selvittänyt, että Pohjoismaat eivät suhteellisen pienen kokonsa vuoksi ehkä merkitsisi riittävää houkutinta tulla markkinoille, vaikka hinnat nousisivat 5-10 %. Komission mukaan jakelu- ja huoltoverkostojen tärkeys on todennäköisesti yksi merkittävimmistä rajoituksista, joiden vuoksi asiakkaat eivät halua ostaa oman kotimaansa ulkopuolelta ja jotka estävät myös arbitraasin harjoittajia käyttämästä hyväkseen jäsenvaltioiden välillä nykyisin harjoitettavaa hintasyrjintää.

## 6. Vaihtelevat markkinaosuudet.

Volvon väitettä ETA:n laajuisista raskaiden kuorma-autojen markkinoista eivät komission mukaan tue myöskään annetut tiedot myyntiluvuista kyseisellä alueella. Volvon markkinaosuudeksi ETA-alueella on ilmoitettu 15,2 %. Sen markkinaosuus on kuitenkin huomattavasti korkeampi useissa yksittäisissä jäsenvaltioissa (45 % Ruotsissa, 34 % Suomessa, 29 % Tanskassa, 38 % Norjassa). Samalla Volvon markkinaosuudet ovat useissa maissa ETA-alueen keskiarvoa huomattavasti alhaisemmat. Myös Scanian ja kaikkien muiden raskaiden kuorma-autojen valmistajien kansalliset markkinaosuudet poikkeavat samalla tavoin keskiarvosta.

Edellä kerrotuista syistä johtuen komissio määritteli merkitykselliset maantieteelliset markkinat raskaiden kuorma-autojen osalta kansallisiksi. Ruotsi, Tanska, Norja, Suomi ja Irlanti muodostivat erilliset merkitykselliset markkinat, koska komission mukaan kilpailuedellytykset kussakin maassa ovat erilaiset kuin naapurimaissa.

### 4.1.4 Komission arvio keskittymän soveltuvuudesta yhteismarkkinoille

Raskaiden kuorma-autojen markkinoilla oli ennen ehdotetun keskittymän toteuttamista seitsemän valmistajaa. Euroopan voimakkaimmat valmistajat, ottaen huomioon myös niiden läsnäolo maailmanlaajuisilla markkinoilla, ovat DaimlerChrysler (20,6 % osuus ETA-alueen markkinoista), Volvo (15,2 %) ja Scania (15,6 %). Vain nämä valmistajat ovat merkittävästi läsnä kaikkialla Euroopassa. Muut valmistajat ovat selvemmin erikoistuneet tiettyyn maantieteelliseen alueeseen. Vaikka myös DaimlerChrysler, Volvo ja Scania ovat voimakkaampia ”kotimarkkinoillaan”, vain ne ovat vahvasti edustettuina koko Euroopassa.

Myyntilukujen lisäksi kuorma-autonvalmistajan läsnäoloa jollakin alueella voidaan mitata myös sen kyseisellä alueella sijaitsevien myynti- ja huoltopisteiden määrän perusteella. Volvon mukaan 70-80 % raskaiden kuorma-autojen jakelijan

koko liikevaihdosta kertyy huollosta ja varaosien myynnistä ja loput koostuu uusien ajoneuvojen myynnistä. Komission mukaan sulautumalla olisi kilpailuetu kilpaileviin toimittajiin nähden erityisesti siksi, että kaikki Volvon ja Scanian myynti- ja huoltopisteet ovat erikoistuneet nimenomaan raskaisiin kuorma-autoihin, kun taas monet kilpailijoiden myynti- ja huoltopisteet on tarkoitettu keskiraskaille ja kevyille kuorma-autoille ja pakettiautoille.

Volvon mukaan asiakkaat eivät ole ehdotetusta keskittymästä kohtuuttoman huolestuneita. Komission mukaan on vahvat perusteet huolestua, kun vähäistä suurempi osuus suurimmista asiakkaista ilmoittaa, että osapuolet saavat määräävän aseman, että Scania on Volvon ainoa vaihtoehto, että muut merkit eivät pysty täyttämään asiakkaiden teknisiä vaatimuksia tai niiden huoltoverkot ovat riittämättömät ja että asiakkaiden olisi pakko hyväksyä 5-10 prosentin hinnankorotus.

Volvo väitti myös, että erilaisten hintojen periminen suurilta ja pieniltä asiakkailta ei ole mahdollista raskaiden kuorma-autojen markkinoilla. Komission mukaan on kuitenkin vahvoja todisteita siitä, että Volvo pystyy harjoittamaan hintasyrjintää pienten ja suurten asiakkaiden välillä. Volvon toimittamien sisäisten asiakirjojen mukaan hinta on pienelle asiakkaalle 20-30 % korkeampi kuin suurelle asiakkaalle. Vielä merkittävämpää komission mukaan on, että Volvon myynnistä pienelle asiakkaalle saama voittomarginaali on 10-20 % ja myynnistä suurille asiakkaille 0-10 %. Näin ollen suhteellisen vähäinen, esim. pienen ja keskisuuren asiakkaan välinen 0-10 prosentin välinen hintaero muuttuu 30-40 prosentin eroksi saadun voiton määrässä.

Ruotsissa Volvon ja Scanian yhdistetty markkinaosuus olisi 90,8 % ja lähimmän kilpailijan DaimlerChryslerin 6,2 %. Tanskassa yhteenlaskettu osuus olisi 60 % (DaimlerChrysler 17,7 %), Norjassa 70 % (lähin kilpailija MAN 12,5 %), Suomessa 65 % (lähin kilpailija Renault/Sisu 18%) ja Irlannissa 50 % (lähin kilpailija Paccar/Daf 13,2 %). Maantieteellisesti kattavan myynnin jälkeistä palvelua tarjoavan verkoston perustamisen vaikeus mainittiin

markkinatutkimuksessa yhdeksi suurimmista syistä, joiden vuoksi ulkomaiset valmistajat pyrkivät Pohjoismaiden markkinoille vain hyvin rajallisesti. Lisäksi huoltoverkoston perustamiseen/muuttamiseen liittyvät kustannukset osoittautuvat kannattaviksi vain, jos uuden markkinoille tulijan myymien kuorma-autojen määrä ylittää tietyn määrän. Kyseisten markkinoiden taloudellinen koko huomioon ottaen komissio arvioi erittäin epätodennäköiseksi, että jokin kuorma-autonvalmistaja päättäisi tunkeutua raskaiden kuorma-autojen markkinoille Pohjoismaissa tavalla, joka uhkasi uuden Volvon asemaa. Päätelmää, jonka mukaan Pohjoismaissa esiintyy merkittäviä markkinoille pääsyn ja/tai markkinoilla läsnäolon laajentamisen esteitä, vahvistaa komission mukaan edelleen tosiasia, että kyseiset maat ovat suuria mutta harvaan asuttuja. Tämän vuoksi Pohjoismaiden markkinat eivät ole tulevien investointien ensisijaisia kohteita DaimlerChryslerille ja muille toimittajille, jotka ovat toistaiseksi vain rajallisesti tunkeutuneet Pohjoismaiden markkinoille ja keskittyneet pääasiassa tiheimmin asuttuihin alueisiin.

Volvo ehdotti huomattavia sitoumuksia varmistaakseen fuusion hyväksymisen. Tärkeimmät sitoumukset raskaiden kuorma-autojen osalta olivat jälleenmyynti- ja huoltoverkoston avaaminen kilpailijoille, Volvon luopuminen osakkuudesta Bilja AB:ssa (joka on Pohjoismaissa toimiva jälleenmyyjä) sekä Scania-merkin tilapäinen poistaminen käytöstä kahden vuoden ajan Ruotsissa, Suomessa ja Norjassa. Linja-autojen osalta sitouduttiin jälleenmyynti- ja huoltoverkoston avaamiseen ja Scania-merkin tilapäiseen poistamiseen, kolmen linja-autojen koreja valmistavan tehtaan luovuttamiseen (kaksi Tanskassa ja yksi Ruotsissa) sekä antamaan kilpailijoille mahdollisuus käyttää Suomessa olevaa korinvalmistuskapasiteettia.

Komission mukaan ehdotetut sitoumukset eivät riittäneet poistamaan kilpailuongelmia. Scania-merkin tilapäisellä käytöstä poistamisella ei olisi kovin suurta merkitystä. Se ei olisi merkinnyt Scanian tuotteiden vetämistä pois markkinoilta, vaan niiden myyntiä olisi jatkettu toisella, Volvon valitsemalla merkillä. Ehdotus ei myöskään olisi koskenut nykyisiä sopimuksia, sitovia

tilauksia eikä varastossa olevia tuotteita. Komissio suhtautui epäilevästi myös ehdotukseen luopua osakkuudesta Bilia AB:ssa. Bilia olisi vastedeskin muiden Volvon jälleenmyyjien tapaan taloudellisesti riippuvainen Volvosta, sillä valtaosa sen liiketoiminnasta liittyy Volvon ajoneuvojen myyntiin ja huoltamiseen.

Komission mukaan ehdotetut toimenpiteet jälleenmyynti- ja huoltoverkostojen avaamiseksi kilpailijoille eivät todennäköisesti olisi riittävän houkuttelevia nykyisille jälleenmyyjille, jotta ne ottaisivat myyntiin uuden merkin tai ryhtyisivät myymään pelkästään uutta merkkiä. Kaikki Volvon ja Scanian jälleenmyyjät voivat moottoriajoneuvojen jälleenmyyntiä koskevan ryhmäpoikkeuksen mukaan ottaa myyntiin kilpailevan merkin. Jälleenmyyjät eivät ole aiemmin käyttäneet hyväkseen tätä mahdollisuutta, eli niillä ei ole kovin suurta kiinnostusta kahden merkin rinnakkaismyyntiin. Lisäksi Volvon ja Scanian huoltoverkostot ovat jo aiemmin todellisuudessa suostuneet ottamaan kilpailevia merkkejä huollettavaksi. Kilpailijoiden mukaan markkinoille tunkeutuminen tai toiminnan laajentaminen Volvon ja Scanian nykyisten verkostojen avulla olisi varsin riskialtista. Uponneet kustannukset olisivat huomattavat, ja huomattavia liiketaloudellisia kustannuksia aiheutuisi tuotteiden myymisestä hinnoilla, jotka olisivat 10-20 % Volvon ja Scanian hintoja alhaisempia, sekä siitä, että jälleenmyyjille on tarjottava myytyjen ajoneuvojen pienten määrien vastapainoksi huomattavasti suurempi kate, kunnes käytössä on riittävän suuri ajoneuvokanta.

Linja-automarkkinoilla mahdollisuus käyttää Volvon suomalaista korinvalmistuskapasiteettia ei komission mukaan juurikaan olisi muuttanut sen hetkistä tilannetta. Suomalaisyhtiö Carrus on jo aikaisemmin toimittanut linja-autojen koreja ulkopuolisille linja-autotoimittajille kaupallisin perustein. Ehdotusta luopua kolmesta linja-autojen koreja valmistavasta tehtaasta komissio arvosteli, koska sen ei katsottu parantavan kilpailijoiden mahdollisuuksia päästä markkinoille ja koska sitä yleisemmin tarkasteltuna pidettiin riittämättömänä havaittujen kilpailuongelmien poistamiseen. Yksikään komission kyselyyn vastanneista kolmansista osapuolista ei ilmaissut olevansa kiinnostunut ostamaan ehdotettua kolmea tehdasta.

Volvo antoi uuden ehdotuksen, jota komissio piti monimutkaisena ja joka ei yksiselitteisellä tavalla olisi poistanut kaikkia havaittuja kilpailuongelmia. Lisäksi ehdotus annettiin myöhässä aikataulusta eikä komissiolla ollut aikaa arvioida sitä asianmukaisella tavalla ennen määräajan päättymistä.

Komissio päätteli, että ehdotettu keskittymä loisi määräävän markkina-aseman raskaiden kuorma-autojen markkinoilla Ruotsissa, Norjassa, Suomessa ja Irlannissa, sekä todennäköisesti myös Tanskassa.

Komission päätelmä linja-automarkkinoiden suhteen oli pääosin samanlainen kuin kuorma-autojen markkinoilla. Komission mukaan ehdotettu keskittymä loisi määräävän markkina-aseman kaukoliikenteen linja-automarkkinoilla Suomessa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa, kaupunki- ja linjaliikenteen linja-automarkkinoilla Ruotsissa, Suomessa, Norjassa ja Tanskassa sekä kaupunkiliikenteen linja-automarkkinoilla Irlannissa.

Edellä esitetyn perusteella komissio päätteli, että ilmoitettu keskittymä ei sovellu yhteismarkkinoille eikä ETA-sopimuksen toimintaan. Keskittymä loisi em. markkinoille määräävän markkina-aseman, jonka seurauksena tehokas kilpailu yhteismarkkinoilla estyisi olennaisesti. Täten komissio julisti keskittymän yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumattomaksi 14.3.2000.

#### 4.1.5 Kritiikki komissiota kohtaan

Komission päätöstä kieltää Volvo/Scania –fuusio on kritisoitu etenkin Ruotsissa ja muissa Pohjoismaissa. Kriitikoiden mukaan komission päätös käytännössä tekee mahdottomaksi pienten maiden yritysten laajenemisen markkinajohtajiksi maailmanmarkkinoilla.

Volvon mukaan Pohjoismaat muodostavat vain murto-osan Euroopan kuorma-automarkkinoista, ja yrityskauppaa ei olisi pitänyt tarkastella erillisten kansallisten markkinoiden perusteella. Ruotsin markkinat muodostavat vain 2 %

Euroopan raskaiden kuorma-autojen markkinoista, ja Pohjoismaat yhteensä 5-6 %. Volvon mukaan saksalaisilla Mercedesillä ja MAN:lla on yhteensä yli 90 %:n markkinaosuus joillakin alueilla Saksassa, esim. Hampurissa ja Stuttgartissa, jotka ovat paljon suurempia markkinoita kuin mikään pohjoismaa.<sup>55</sup>

Volvon mielestä yrityskauppaa ei olisi pitänyt arvioida pelkästään kilpailuoikeudellisin perustein, huomiota pitäisi kiinnittää myös Euroopan teollisuuden kehitysnäkymiin globaalissa kilpailussa erityisesti USA:ta ja Japania vastaan. Yhdistyneellä yrityksellä olisi myös enemmän resursseja kehittää uusia, ympäristöystävällisempiä tuotteita. Tämän takia arvioinnissa ei pitäisi rajoittaa uuden yrityksen asemaa pienillä Pohjoismaiden markkinoilla.<sup>56</sup>

Volvon mukaan EU:n kilpailulakien tulkinta muuttui kesken yrityskaupan valmistelun. Ensimmäisissä keskusteluissa kilpailuviranomaisten kanssa kauppa ei kohdannut suurta vastustusta. Uuden komission nimityksen jälkeen asenne muuttui Volvon mukaan selvästi kielteisempään suuntaan. Volvon johtajan Leif Johanssonin mukaan entinen kilpailukomissaari Karel van Miert olisi ollut valmis hyväksymään kaupan jo tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa. Johanssonin mukaan komissio oli aiemmin hyväksynyt linja-autoalan fuusioita yli 70 %:n markkinaosuuksilla kansallisilla ja paikallisilla markkinoilla esim. Mercedes/Kässbohrer –tapauksessa. Uuden kilpailukomissaarin Mario Montin astuttua virkaansa asenne muuttui täysin, mihin Volvo ei ollut varautunut. Nykyisin fuusiotapauksia arvioidaan Volvon mukaan entistä enemmän kansallisten markkinoiden perusteella.<sup>57</sup>

Komission mukaan väitteet siitä, että Volvon ja Scanian yrityskauppaa olisi kohdeltu toisin kuin aiempia vastaavia fuusioita, eivät pidä paikkaansa. Komissio torjui myös väitteen, että aiempi kilpailuasioista vastaava komissaari olisi antanut hyväksymisensä kaupalle. Yrityskauppoja tutkivan yksikön edustajien mukaan on olemassa yksi selkeä säännöskokoelma, jota sovelletaan samalla tavalla kaikkiin

---

<sup>55</sup> Dagens Industri 16.2.2000.

<sup>56</sup> Dagens Industri 9.3.2000.

<sup>57</sup> Dagens Industri 9.3.2000.



fuusiotapauksiin, eikä eri jäsenvaltioita tai yrityksiä kohdella eri tavoilla. Komissaari Mario Montin mukaan merkityksellisten markkinoiden määrittäminen lähtee kuluttajien suojaamisesta, ja Volvo/Scania –kaupan hyväksyminen olisi syrjinyt asiakkaita ja kuluttajia Pohjoismaissa. Volvo ei myöskään pystynyt ehdottamaan riittäviä sitoumuksia eli toimenpiteitä, jotka olisivat vähentäneet kaupasta seuraavia kilpailuongelmia. Lisäksi Volvon ehdottamat sitoumukset markkinaosuuksien alentamiseksi tulivat komissiolle myöhässä aikataulusta, eikä niitä otettu huomioon päätöksessä. Päätökseen otti osaa myös neuvoa-antava komitea, joka koostuu 15 jäsenvaltion kilpailuviranomaisten edustajista. Myös tämän komitean ehdotuksen mukaan yrityskauppa pitäisi kieltää. Montin mukaan niin kauan kun sisämarkkinat eivät toimi täydellisesti, komission täytyy suojella kuluttajia niillä markkinoilla, joille syntyisi epätasapainoinen kilpailutilanne.<sup>58</sup>

Yrityskauppatapauksia komissiossa tutkivan Merger Task Force –ryhmän jäsenen Dan Sjöblomin mukaan<sup>59</sup> kieltopäätös oli yksinkertainen esimerkki horisontaalisista päällekkäisyyksistä ja korkeista markkinaosuuksista. Hintasyrjinnän olemassaolo oli vahvin merkki siitä, että fuusion vaikutuksia ei voitu tutkia koko Euroopan tasolla. Tutkimuksissa löytyi selviä merkkejä siitä, että kuorma-autojen tuottajat voivat periä huomattavan erisuuruisia hintoja samanlaisista tuotteista jopa naapurimaista. Nämä hintaerot eivät johda merkittävään rajat ylittävään kauppaan, koska kauppaan kuuluu yleensä palvelupaketti, jolloin paikallisen palvelun merkitys korostuu.

Korkeiden markkinaosuuksien lisäksi se, että Scania oli Volvon lähin kilpailija lisäsi kilpailuongelmia. Volvon tarkoituksena oli pitää Scania täysin erillisenä liikeyksikkönä. Jos esim. Scanian hintoja olisi nostettu, suuri osa asiakkaista olisi siirtynyt ostamaan kuorma-autoja, joilla oli samanlainen yrityskuva. Sekä Volvo että Scania nähdään erinomaisen laadun ja luotettavan palvelun tuotemerkeinä. Täten asiakkaat olisivat korvanneet Scanian Volvolla, jolloin hinnankorotus ei olisi laskenut Volvon tuloja.

---

<sup>58</sup> Dagens Industri 15.3.2000.

<sup>59</sup> Sjöblom 2000, s. 45-48.

Sjöblomin mukaan väitteet pienten jäsenmaiden syrjimisestä ovat täysin vailla perusteita. Fuusiovalvonnan perustana on haitallisten vaikutusten estäminen merkityksellisillä markkinoilla. Ainoa keino välttää mielivaltaisen arviointi, joka vähentäisi osapuolten oikeusvarmuutta, on soveltaa säännöksiä samalla tavoin kaikilla markkinoilla riippumatta niiden koosta.

Eurooppalaisten ”lobbareiden” mukaan Volvolla oli väärä neuvottelustrategia alusta alkaen. Volvon ylin johto antoi lakimiesten hoitaa kontakteja EU:n fuusioyksikköön. Volvon johdon olisi pitänyt olla yhteydessä komission ylimmän tason virkamiehiin, joita asianajajat eivät saa tavata. Volvo ei kuitenkaan ottanut varoituksia kielteisestä päätöksestä tosissaan, eikä luonut oikeita kontakteja.<sup>60</sup> Tutkimusten viimeisten viikkojen aikana tämän yrittäminen jopa pääministerin avulla oli jo liian myöhäistä.

#### **4.2 Volvo/Renault V.I.**<sup>61</sup>

Volvo ilmoitti pian Scania -kaupan kieltämisen jälkeen, 24.7.2000, ostavansa Renaultin Vehicules Industriels –toimialan (RVI). Raskaiden kuorma-autojen markkinoilla kilpailuongelmia voisi aiheutua komission mukaan vain kolmessa Euroopan maassa, Suomessa (markkinaosuus yhteensä 55 %), Ranskassa (49 %) ja Portugalissa (43 %). Muissa EU:n jäsenmaissa Volvon ja RVI:n yhteinen markkinaosuus on enintään 30 %.

Volvon mukaan komission Scania –kaupassa käyttämät perustelut osoittavat maantieteellisten markkinoiden olevan tässä tapauksessa kansallisia markkinoita laajemmat. Esim. Ranska ja Portugali olisivat osa laajempaa markkina-aluetta, johon kuuluisi myös naapurimaita. Volvon mukaan hintasyrjintää ei esiinny, alalietulon esteitä ei ole ja kaikki valmistajat toimivat Ranskassa ja Portugalissa. Lisäksi Ranska ja sen naapurimaat ovat kauttakulkumaita kuorma-autokaupassa,

---

<sup>60</sup> Dagens Industri 9.3.2000.

<sup>61</sup> M.1980, 11.9.2000.

toisin kuin Pohjoismaat. Myös käytettyjä kuorma-autoja kaupataan yhä enemmän jäsenvaltioiden välillä.

Komission mukaan päätelmät kansallisista markkinoista useissa maissa ovat yhä oikeita, erityisesti Suomen kohdalla. Myös niiden alueiden kohdalla, jotka Volvo/Scania –tapauksessa jätettiin määrittelemättä, voidaan päätellä markkinoiden olevan kansalliset. Täten Ranska ja Portugali todennäköisesti muodostavat erilliset, kansalliset markkina-alueet. Komissio ei kuitenkaan tehnyt tarkkaa markkina-analyysiä, koska kauppa ei näillä alueilla johda kilpailuongelmiin, vaikka markkinat olisivat kansalliset. Kaikilla suurilla eurooppalaisilla tuottajilla on huomattava myynti- ja palveluverkosto Ranskassa. Lisäksi Volvon ja RVI:n ei katsota korvaavan erityisen hyvin toisiaan Ranskan ja Portugalin markkinoilla. Volvon yrityskuva viittaa huippulaatuun, kun taas Renault nähdään lähinnä halvempien kuorma-autojen tuottajana, joten yritysten asiakasryhmät eroavat toisistaan selvästi. Näistä syistä kilpailuongelmia ei katsottu syntyvän.

Volvo/Scania –tapauksessa yritys olisi saanut määräävän aseman Ruotsissa, Suomessa, Norjassa, Irlannissa ja mahdollisesti Tanskassa. RVI toimii Ruotsia lukuun ottamatta kaikissa em. maissa, mutta sen markkinaosuus oli yli 5 % vain Suomessa. Koska Scania kilpailee näillä markkinoilla yhdistyvän Volvo/RVI:n kanssa komissio ei pitänyt tarpeellisena tutkia fuusion vaikutuksia muualla kuin Suomessa. RVI toimi Suomessa yhteistyössä Sisun kanssa Hansa Auto –nimellä, ja yhteinen markkinaosuus Suomessa v. 1999 oli 18 % (RVI 3 %, Sisu 15 %). Volvon markkinaosuus oli 37 %, eli yhdistynyt Volvo/RVI olisi saanut 55 %:n osuuden Suomessa. Suurimman kilpailijan Scanian osuus oli 30 %. Fuusio olisi yhdistänyt suurimman toimijan Suomessa sekä ainoan kotimaisen tuottajan. Komission mukaan fuusio olisi aiheuttanut vakavia epäilyjä sopivuudesta yhteismarkkinoille, koska se olisi voinut johtaa määräävään asemaan Suomen raskaiden kuorma-autojen markkinoilla.

Komissio hyväksyi fuusion osapuolten sitouduttua merkittäviin toimiin kilpailuongelmien poistamiseksi. RVI sitoutui myymään osuutensa Sisu-yhteistyöyrityksestä. Lisäksi Volvo/RVI sitoutui siirtymäkauden ajaksi tukitoimiin, joiden avulla Sisu voi jatkaa toimintaansa sopeutuen uusiin olosuhteisiin. Toimet sisältävät jakelusopimuksen jatkumisen tietyn ajan, moottoreiden ym. toimitukset Sisulle ja teknisen yhteistyön jatkumisen RVI:n ja Sisun välillä. Linja-automarkkinoilla RVI sitoutui purkamaan kytkennät Ivecoon, ja lisäksi osapuolet sitoutuivat poistamaan päällekkäisyydet linja-automarkkinoilla Ranskassa.

### **4.3 Mercedes-Benz/Kässbohrer<sup>62</sup>**

Fuusiossa Mercedes osti Kässbohrerin koko liiketoiminnan ostamalla kaikki sen osakkeet. Kässbohrer on saksalainen perheyrittäjä, joka valmistaa linja-autoja ja erikoisajoneuvoja. Tapauksessa tuotemerkkinoiksi määriteltiin erityyppiset linja-automarkkinat (kaupunkilinja-autot, kaukoliikennelinja-autot, matkailuun tarkoitettut linja-autot). Näitä markkinalohkoja ei kuitenkaan tarkasteltu täysin toisistaan erillisinä, vaan tapauskohtaisesti otettiin huomioon myös kilpailuedellytykset ja tarjoajien asema kokonaismarkkinoilla.

Maantieteelliset markkinat oletettiin kansallisiksi. Komission näkemyksen mukaan kilpailuedellytykset Saksassa ja muissa ETA-maissa erosivat toisistaan johtuen erityisesti asiakkaiden ja tavarantoimittajien suhteista sekä merkkiuskollisuudesta. Havaittavissa oli kuitenkin merkkejä markkinoiden kansainvälistymisestä, joten komissio otti Saksan markkinat lähtökohdaksi ja kiinnitti huomiota Saksan markkinoiden avautumisesta syntyviin vaikutuksiin keskittymän vaikutuksia tutkittaessa.

Saksa on selvästi suurin linja-autojen markkina-alue Euroopassa. Vuonna 1994 kokonaisymyynnistä 36 % tapahtui Saksassa, joten Saksa on sekä määrällisesti että hintatasonsa puolesta houkutteleva markkina-alue. Markkinoille on ollut

---

<sup>62</sup> M.477, 14.2.1995.

ominaista kova kilpailu saksalaisten tarjoajien kesken, josta on osoituksena markkinaosuuksien voimakas vaihtelu. Huomattava kilpailu on taannut saksalaisten ostajien vaatimuksia vastaavan hinta-laatusuhteen, eikä niillä ole ollut syytä vaihtaa merkittävässä määrin ulkomaisiin tarjoajiin. Mikäli fuusiosta syntyvä korkeampi keskittymisaste johtaisi Saksan tarjoajien hinta-laatusuhteen heikkenemiseen, oli odotettavissa, että asiakkaat siirtyvät huomattavassa määrin käyttämään ulkomaisia tarjoajia. Komission mukaan sekä vallitseva että mahdollinen kilpailu takasivat keskittymän toteutumisen jälkeenkin riittävän tehokkaan kilpailun Saksan markkinoilla, koska markkinoillepääsyn esteet ovat helposti voitettavissa.

Mercedes-Benzin ja Kässbohrerin yhteenlaskettu markkinaosuus kaukoliikennelinja-autoissa Saksassa vuonna 1993 oli 73,7 % (Mercedes 34,6 % ja Kässbohrer 39,1 %). Suurimman kilpailijan MAN:in osuus oli 17,7 %. Matkailuun tarkoitettujen linja-autojen markkinoilla yhteinen markkinaosuus oli 54 %. Komission mukaan suuret markkinaosuudet eivät sinänsä vielä oikeuta olettamaan määräävää markkina-asemaa. Näin on ainakin silloin, kun on havaittavissa muita rakenteellisia tekijöitä, jotka lähitulevaisuudessa saattavat muuttaa kilpailun edellytyksiä ja suhteuttavat sulautuneiden yritysten markkinaosuuden merkityksen. Tässä tapauksessa nykyinen ja varsinkin mahdollinen kilpailu tulevat komission mukaan oleellisesti suhteuttamaan sulautuneiden yhtiöiden markkinaosuuksia.

Saksa on selvästi tärkein linja-autojen markkina-alue Euroopassa, ja tärkeimmillä ulkomaisilla kilpailijoilla on strateginen mielenkiinto päästä näille markkinoille. Saksan markkinoille suuntautuvan tuonnin osuus on vuodesta 1989 lähtien kasvanut jatkuvasti. Toimiva myynti- ja asiakaspalveluverkko on ehdoton edellytys kaikille linja-autoyhtiöille. Uuden markkinoille tulijan on joko kustannettava aluksi vajaalla teholla toimiva huoltoverkko tai käytettävä jonkun muun verkkoa. Komission tutkimusten mukaan myynti- ja huoltoverkosta aiheutuvat kustannukset eivät kuitenkaan ole ulkomaisille linja-autojen tarjoajille ylipääsemätön markkinoillepääsyn este.

Komission loppupäätelmä oli, että huolimatta markkinaosuuksien huomattavasta kasvusta ja suuresta markkinaosuudesta linja-autojen markkinoilla keskittymä ei tule luomaan määräävää markkina-asemaa. Toisaalta sulautuneen yrityksen käyttäytymisvapautta rajoittaa kotimaisten kilpailijoiden välillä vallitseva kilpailu, toisaalta sitäkin enemmän mahdollinen kilpailu ulkomaisten tarjoajien taholta. Ulkomaiset kilpailijat tulevat vahvistamaan asemaansa ja huolehtimaan riittävästä kilpailuun kohdistuvasta valvonnasta erityisesti kasvattamalla asteittain kilpailevien tarjousten määrää. Aineellisista markkinoillepääsyn esteistä, kuten myynti- ja huoltoverkon luomisesta ja laajentamisesta, selvittää panostuksilla, jotka eivät ole merkittäviä Saksan markkinoiden merkitykseen verrattuna. Täten Mercedes-Benz ei sulautumisen jälkeen sanottavasti pysty toimimaan kilpailijoistaan ja asiakkaistaan riippumattomana. Keskittymä julistettiin yhteismarkkinoille soveltuvaksi.

#### **4.4 SCA/Metsä Tissue<sup>63</sup>**

Ehdotetussa kaupassa SCA Mölnlycke (SCA) olisi ostanut Metsä Tissuen. SCA on ruotsalaisen Svenska Cellulosa AB:n kokonaan omistama tytäryhtiö, joka valmistaa ja jakelee erilaisia pehmpaperipohjaisia hygieniatuotteita Euroopan talousalueella. Metsä Tissue toimii pehmpaperituotteiden sekä leivin- ja ruoanlaittopapereiden tuotannon alalla. Enemmistön (66 %) yrityksestä omistaa suomalainen metsäteollisuuskonserni Metsä-Serla. Tuotemarkkinat jaettiin eri ryhmiin, esim. WC-paperit, talouspyyhkeet, nenä- ja lautasliinat. Tuoteryhmät eroavat hinnaltaan, ominaisuuksiltaan ja käyttötarkoitukseltaan, joten erillisten tuotemarkkinoiden määrittäminen on perusteltua.

Keskittymästä seuraava markkinaosuuksien kasvu olisi ollut suurinta Pohjoismaissa sekä useissa Keski-Euroopan maissa. Kilpailuongelmia keskittymä aiheutti vain Pohjoismaissa, joten markkinoiden määrittämisessä keskityttiin vain Ruotsin, Norjan, Suomen ja Tanskan markkinoihin. Kuljetuskustannukset

---

<sup>63</sup> M.2097, 31.1.2001.

muodostavat esteen tuotteiden toimittamiselle pitkien matkojen päähän, koska pehmopaperituotteet vievät suhteellisen paljon tilaa arvoonsa nähden. Tuotteita voidaan kuljettaa kannattavasti noin 800 kilometrin päähän. Kilpailija Kimberly-Clarkin mukaan etäisyydet sen tehtailta Pohjoismaihin rajoittavat kannattavaa vientiä alueelle. Alalletulon esteet ovat kilpailijoiden mukaan suuremmat Pohjoismaihin kuin muille alueille. Tärkeää on myös ns. just-in-time –toimitus, eli nopea ja luotettava toimitus 1-2 vuorokauden sisällä jopa useita kertoja viikossa. Toimituksia Pohjoismaihin vaikeuttavat lisäksi pitkät välimatkat sekä alhainen asukastiheys kyseisissä maissa. Kilpailijoiden mukaan nämä tekijät sekä kansallisten tuottajien vahva asema lisäävät alalletulon esteitä Pohjoismaihin.

Lisätodiste siitä, että Pohjoismaat muodostavat useita erillisiä markkinoita on markkinaosuuksien vaihtelu eri maissa. Sekä keskittymän osapuolten että niiden kilpailijoiden markkinaosuudet vaihtelevat huomattavasti Pohjoismaissa. Uuden kilpailijan kustannukset markkinoilletulossa nähdään ylivoimaisen suuriksi muille kuin suurimmille valmistajalle. Asiakkaiden ja kilpailijoiden mukaan yhdistyneen keskittymän vahva asema olisi vaikeuttanut huomattavasti alalletuloa. Maantieteelliset markkinat määriteltiin kansallisiksi, mutta komissio tarkasteli keskittymän vaikutuksia myös tilanteessa, jossa Ruotsi ja Norja olisivat muodostaneet yhden markkina-alueen. Tämä ei vaikuttanut lopputulokseen keskittymän vaikutuksia arvioitaessa.

Sulautuma olisi johtanut jopa 90 %:n osuuksiin eräillä markkinoilla Pohjoismaissa WC- ja talouspaperien osalta. Tutkimuksen mukaan kilpailijat eivät olisi halukkaita tulemaan markkinoille korkeiden investointikustannusten (kuten uuden tuotemerkin markkinoille tuomisesta aiheutuvien kustannusten) vuoksi. Keskittymä olisi rajoittanut kuluttajien valinnanvaraa ja antanut valmistajille mahdollisuuden nostaa hintoja. Lisäksi Pohjoismaiden pehmopaperimarkkinat ovat kypsässä vaiheessa, jolloin kasvua ei ole juuri odotettavissa.

Osapuolten ehdottamat sitoumukset, joihin sisältyi omaisuuden luovutuksia, eivät komission mukaan ratkaisseet kilpailuongelmia. Tämän vuoksi komissio kielsi yrityskaupan.

#### **4.5 Kesko/Tuko<sup>64</sup>**

Suomen kilpailuvirasto esitti sulautuma-asetuksen 22 artiklan nojalla pyynnön komissiolle tutkia kauppa, jolla Kesko hankki suoran määräysvallan Tukossa. Komissio päätteli, että oli vakavia epäilyjä keskittymän soveltuvuudesta yhteismarkkinoille, ja aloitti tutkimukset.

Keskon ja Tukon yhteenlaskettu liikevaihto on yli viisi miljardia euroa, mutta molemmat saivat yhteisön alueelta kertyneestä liikevaihdosta yli kaksi kolmasosaa Suomesta. Täten keskittymällä ei ollut 1 artiklassa tarkoitettua yhteisönlaajuista ulottuvuutta. Sulautuma-asetuksen 22 artiklassa edellytetään, että osoitetaan vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Yrityskauppa vaikuttaisi estävästi uusien tulijoiden, myös muista jäsenvaltioista tulevien, pääsyn Suomen päivittäistavaramarkkinoille. Lisäksi n. 30 % Keskon ja Tukon myymistä tuotteista on peräisin Suomen ulkopuolelta. Liiketoimi vaikuttaisi kauppaan myös siten, että muista jäsenvaltioista peräisin olevien tavarantoimittajien on itse asiassa päästävä Keskon jakelukanaviin tuotteidensa riittävän markkinoinnin varmistamiseksi Suomessa. Näin yrityskaupalla olisi komission mukaan tosiasiallisesti tai mahdollisesti huomattava suora tai välillinen vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.

Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan alalla merkityksellisiin tuotemarkkinoihin katsottiin kuuluvan pääasiassa elintarvikkeet, juomat, tupakkatuotteet ja muut kodin käyttötavarat. Nämä muodostavat ”päivittäistavarakorin”, jonka kuluttajat odottavat löytävänsä valintamyymälöistä. Komissio ei pitänyt välttämättömänä päättää lopullisesti merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden laajuudesta,

---

<sup>64</sup> M.784, 20.11.1996.



koska Keskon ja Tukon yhdistetty markkinaosuus on samaa suuruusluokkaa sekä valtakunnallisella, alueellisella että paikallisella tasolla. Laajimmat mahdolliset markkinat tässä tapauksessa ovat kansalliset markkinat, johtuen esim. kielieroista ja kuluttajien ostotottumuksista. Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan lisäksi keskittymän vaikutus ulottui päivittäistavaroiden noutotukkukaupan markkinoille sekä päivittäistavaroiden ostomarkkinoille.

Keskon ja Tukon yhdistetty valtakunnallinen myynti oli lähes kolme kertaa suurempi kuin niiden suurimman kilpailijan SOK:n. Keskittymän jälkeen K-ryhmällä olisi vähintään 55 % päivittäistavaroiden kokonaisymyynnistä Suomessa. Tämä luo oletettaman määräävästä markkina-asemasta. Tätä olettamusta vahvistavat Keskon ja Tukon asema suurten vähittäismyymälöiden alalla, se että niiden hallinnassa on merkittävä osa kaikista vähittäismyyntipisteiksi soveltuvista liiketiloista Suomessa, niiden jakelujärjestelmät, kanta-asiakasohjelmat ja omat merkkituotteet sekä niiden keskeinen asema päivittäistavaroiden ostajina. Sulautuman jälkeen Kesko olisi pystynyt saamaan tuottajilta hinnanalennuksia sellaisessa määrin, mikä ei olisi mahdollista sen kilpailijoille. Tämä toimisi huomattavana markkinoille pääsyn esteenä, ja Kesko voisi toimia merkittävässä määrin kilpailijoistaan riippumatta vähittäiskaupan markkinoilla.

Komissio otti yhteyttä yrityksiin, jotka tulisivat mahdollisesti Suomen markkinoille sekä yrityksiin, joiden tiedetään laajentaneen vähittäiskauppatoimintaansa ulkomaille. Näiden yritysten mukaan tärkeimmät perusteet, joita käytetään uusille markkinoille tulemistä arvioitaessa, ovat olemassaoleva kilpailu, paikallisten kumppaneiden saatavuus (tavarantoimittajat, tukkukauppiat), mahdollisuus saada hinnaltaan kilpailukykyisiä tuotteita ja riittävä määrä hyviä kauppapaikkoja sekä paikallinen ostovoima. Keskon aseman vahvistumisen vuoksi voidaan komission mukaan epäillä suuresti sitä, että mainitut perusteet täyttyisivät mahdolliselle uudelle markkinoille tulijalle. Näyttää myös siltä, että Suomen maantieteellinen sijainti vähentää useimpien mahdollisten uusien markkinoille tulijoiden mahdollisuuksia saada mittakaavaetuja ja/tai etuja liiketoimintansa laajentamisesta Suomeen. Näin keskittymä lisäisi markkinoille

tulon esteitä ja komission mukaan on erittäin epätodennäköistä, että markkinoille tuleminen olisi mahdollista keskittymän toteuttamisen jälkeen.

Komission päätelmän mukaan Kesko saisi määräävän markkina-aseman päivittäistavaroiden vähittäiskaupan ja noutotukkukaupan markkinoilla Suomessa. Keskittymä julistettiin yhteismarkkinoille soveltumattomaksi.

## **5 YRITYSKAUPPAVALVONNAN TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT**

### ***5.1 Sisämarkkinoiden kehittyminen***

Euroopan yhteisön perustamissopimuksen tavoitteena on yksi markkina-alue ilman rajoja. Tämän toimiessa tehokkaasti eri hintojen pitäminen yhteismarkkinoiden eri alueilla pitäisi olla mahdotonta, johtuen tavaroiden vapaasta liikkuvuudesta ja rinnakkaistuonnista. Sisämarkkinoiden vaatimien tiukkojen kilpailusääntöjen toteuttamisessa on kuitenkin ongelmia.

Epäonnistuminen selkeiden ja yksiselitteisten määritelmien laatimisessa tärkeille käsitteille, päätösprosessien viivästyminen ja korkea sääntelyn aste eri maissa on mainittu kilpailusääntöjen toteuttamista vaikeuttavina tekijöinä. Lisäksi yrityksillä on usein täysin erilainen käsitys toimintansa luonteesta kuin kilpailuviranomaisilla. Toiminta, joka yrityksen mielestä on puhtaasti puolustautumista kansallista hintasääntelyä tai valuuttakurssien vaihtelua vastaan, voi viranomaisten tulkinnan mukaan olla kilpailusääntöjen rikkomista.<sup>65</sup>

EY:n perustamissopimuksen 2 artiklan alkuperäisen sanamuodon mukaan yhteisön päämääränä on yhteismarkkinoiden perustamisella ja jäsenvaltioiden talouspolitiikkojen asteittaisella lähentämisellä edistää taloudellisen toiminnan sopusointuista ja tasapainoista kasvua, vakauden lisääntymistä, elintason nousua

---

<sup>65</sup> Laurila 1997, s. 13.

ja entistä läheisempiä suhteita yhteisöön kuuluvien jäsenvaltioiden välillä. Euroopan yhteisöjen tuomioistuin on määritellyt yhteismarkkinat seuraavasti.<sup>66</sup>

”Käsitteellä yhteismarkkinat tarkoitetaan kaikkien yhteisönsisäisten vaihdannan esteiden poistamista jäsenvaltioiden markkinoiden yhdistämiseksi sellaisiksi yhtenäismarkkinoiksi, jotka täyttävät mahdollisimman pitkälti todellisten sisämarkkinoiden kriteerit.”

Euroopan yhteisö pyrki elvyttämään talouskasvua ja saattamaan yhteismarkkinoiden toteuttamisen päätökseen käynnistämällä laajakantoisen ohjelman täydellisten sisämarkkinoiden toteuttamiseksi vuoden 1992 loppuun mennessä. Hankkeen tavoitteena oli toteuttaa täysimääräisesti tavaroiden, työvoiman, palveluiden ja pääomien vapaa liikkuvuus. Komissio laati yksityiskohtaisen ohjelman ja aikataulun sisämarkkinahankkeen toteuttamiseksi. Vuoden 1985 valkoisen kirjan lähtökohtana oli tuotannon tehostaminen sekä yhteisön talouskasvun edistäminen yhdistämällä jäsenvaltioiden markkinat yhdeksi yhtenäiseksi sisämarkkina-alueeksi.<sup>67</sup>

Täydellisten sisämarkkinoiden toteuttaminen edellytti jäljelle jääneiden fyysisten, teknisten ja verotukseen liittyvien kaupan esteiden asteittaista poistamista jäsenvaltioiden väliltä. Valkoiseen kirjaan sisältyi kokonaisvaltainen, lähes 300 lainsäädäntöaloitetta sisältävä esitys sisämarkkinahankkeen toteuttamiseksi 1.1.1993 mennessä. Sisämarkkinat määriteltiin EY:n perustamissopimuksen 7 a artiklassa seuraavasti:

”Sisämarkkinat käsittävät alueen, jolla ei ole sisäisiä rajoja ja jolla tavaroiden, henkilöiden, palvelujen ja pääomien vapaa liikkuvuus taataan tämän sopimuksen määräysten mukaisesti.”

---

<sup>66</sup> Joutsamo et al. 2000, s. 404.

<sup>67</sup> m.t., s. 405.

Sisämarkkinoiden luomisen tärkeimmät taloudelliset tavoitteet ovat:<sup>68</sup>

- mahdollisuus hankkia halvempia tuotteita ja palveluita muista jäsenvaltioista
- kilpailun lisääminen, mikä pakottaa yritykset parantamaan tehokkuutta
- kansallisten monopolien poistaminen
- mittakaavaetujen (economies of scale) hyväksikäyttö
- tehokkuushyödyt parantuneesta kehitystyöstä

Yhteisöjen toimielimet ja jäsenvaltiot ovat kiinnittäneet viime vuosina huomiota tarpeeseen tehostaa sisämarkkinoiden toimintaa. Tavoitteena on ollut, että sisämarkkinoiden myönteisiä vaikutuksia talouden kasvuun, kilpailukykyyn ja työllisyyteen voitaisiin hyödyntää entistä täysipainoisemmin.<sup>69</sup>

Sisämarkkinoiden kehittyminen vaikuttaa merkityksellisten markkinoiden määrittämiseen siten, että kuluttajat saavat enemmän valinnanvaraa ja tuottajat voivat laajentaa markkina-alueitaan erilaisten kaupan esteiden kadotessa jäsenvaltioiden väliltä. Sisämarkkinasäännösten käyttöönotto ja kehittyminen vaikuttaa eri tavalla erilaisiin kaupan esteisiin valtioiden välillä.

Sisämarkkinaohjelmalla on suora vaikutus mm. seuraaviin kaupan esteisiin:<sup>70</sup>

- rajatarkastukset, tullimaksut ja kiintiöt sekä kansalliset säännökset rahtiliikenteelle, jotka aiheuttavat viivästymisiä ja ylimääräisiä kustannuksia
- erilaiset kansalliset standardit, turvallisuusmääräykset ja muut tekniset vaatimukset, joiden takia samoja tuotteita ei voida markkinoida eri valtioissa
- kansallisten tai paikallisten tuottajien suosiminen julkisissa hankinnoissa, jolla voi olla vaikutusta myös liitännäistuotteisiin, joita käytetään kyseisten tuotteiden yhteydessä

---

<sup>68</sup> Laurila 1997, s. 36.

<sup>69</sup> Joutsamo et al. 2000, s. 408.

<sup>70</sup> Fishwick & Denison 1993, s. 26-27.

- kansalliset valuutat, joiden kurssivaihtelu lisää kaupankäyntikustannuksia ja epävarmuutta tulevaisuuden tuotoista/kuluista

- erot välillisissä veroissa eri valtioissa, jotka voivat vääristää tuottoja valtioittain ja aiheuttaa hintasyrjintää

Eri esteiden vaikutus heikkenee vaihtelevasti tuotteesta ja alueesta riippuen. Vaikka säädökset olisivatkin harmonisoitu eri maiden välillä, niiden vaikutus voi viivästyä aiempien käytäntöjen poistuessa vähitellen.

Maantieteellisiä esteitä, joihin sisämarkkinoiden kehittymisellä ei ole suoraa vaikutusta, ovat esim.:<sup>71</sup>

- korkeat kuljetuskustannukset verrattuna tuotteen arvoon

- rajoitettu pääsy jakelukanaviin eri alueilla, johtuen paikallisten toimittajien yhteistyöstä tai yksinmyyntisopimuksista

- vakiintuneiden merkkituotteiden asema eri maissa, jolloin kuluttajien ja jakelijoiden hyväksynnän saaminen tuotteelle on kallista ja riskialtista

- eri kielet, kulttuurit ja elämäntavat, jotka aiheuttavat eroja kysynnässä ja yritysten toimintatavoissa

Sisämarkkinaohjelman johdosta kaupan esteet ovat joillakin aloilla jo hyvin pitkälle poistettu. Monilla aloilla ollaan kuitenkin tyytymättömiä komission toimintaan sisämarkkinoiden kehittämisessä. Sisämarkkinoiden hidas toteutuminen on vaikuttanut myös maantieteellisten markkinoiden määrittämiseen monissa tapauksissa, joissa komission mukaan valtioiden välillä on liikaa kaupan esteitä, jotka estävät laajemman markkinamäärittelyn. On vaadittu nopeampia ja tehokkaampia lainsäädännöllisiä toimia, joilla sisämarkkinoiden toimintaa

---

<sup>71</sup> Fishwick & Denison 1993, s. 28.

tehostettaisiin. Suomen ja muiden Pohjoismaiden tilannetta hankaloittavat korkeat kuljetuskustannukset, joihin sisämarkkinoiden kehitys ei suoraan vaikuta. SCA/Metsä Tissue –tapauksessa kuljetuskustannukset muodostivat kaupan esteen, joka vaikutti ratkaisevasti fuusion kieltämiseen. Arvokkaampien tuotteiden kohdalla kuljetuskustannukset eivät kuitenkaan muodosta niin suurta osaa kokonaiskustannuksista, että sillä olisi merkitystä markkinoiden määrittelyyn. Erilaisilla lainsäädännöllisillä hankkeilla, kuten kansallisten standardien yhtenäistäminen, julkisia hankintoja koskevat määräykset ja yhteisvaluutan käyttöönotto sisämarkkinoiden toiminta paranee tulevaisuudessa ja hankkeen tavoitteet lähestyvät toteutumistaan.

## **5.2 Yritysten näkemykset fuusiovalvonnasta**

Suomalaisia yrityksiä edustavassa Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitossa (TT) ei olla täysin tyytyväisiä nykyiseen käytäntöön EU:n fuusiovalvonnassa. TT:n osastopäällikkö Antti Majjalan mukaan<sup>72</sup> painopiste on nykyisin liikaa dominanssin syntymisen ehkäisemisessä ja yrityskauppojen kieltämisessä, kun pitäisi keskittyä enemmän yritysten tosiasialliseen toimintaan ja väärinkäytösten ehkäisemiseen. Yrityskaupoista koituu myös merkittäviä etuja asiakkaille tuotannon tehostuessa ja hintojen halventuessa. Näitä tehokkuusetuja ei oteta teollisuuden mukaan tarpeeksi huomioon. Käytännön ongelmia aiheutuu myös käsittelyn venymisestä, jolloin erityisesti oston kohteena olevan yrityksen toiminta käytännössä halvautuu epävarmuuden vallitessa siitä, hyväksytäänkö yrityskauppa komissiossa. Myös menettelysääntöjä on arvosteltu, komission toimiessa sekä tutkijana, syyttäjänä että tuomarina. Muutoksenhakumenettelyä EY:n tuomioistuimessa ei pidetä toimivana mm. aikaviiveen vuoksi, jolloin hanke on jo ennen päätöksen saamista ehtinyt raueta.

Teollisuuden yritysten mielestä EU:n kilpailupolitiikkaa ja erityisesti fuusiokontrollia tulisi kehittää ja uudistaa kilpailutilanteen muuttumisen vuoksi.

---

<sup>72</sup> Haastattelu 10.10.2001.

TT:n mukaan talouden globalisoituminen, teknologian nopea kehitys, markkinoiden dynaamisuuden kasvu, sisämarkkinoiden toiminnan parantuminen, yhteisvaluutan käyttöönotto ja sähköisen liiketoiminnan kehitys ovat muuttaneet ja muuttavat kilpailuympäristöä yhä avoimemmaksi. Ilman uudistamista eurooppalaisten yhtiöiden mahdollisuuksia toteuttaa kilpailukykyä parantavia yritysjärjestelyjä heikennetään, ongelmien koskiessa eniten pienissä maissa toimivia yrityksiä. Vanhentunut arviointilähtökohta voi hidastaa innovatiivisuutta ja kehitystä, joten teollisuuden kehityksen kannalta lähtökohtana tulisi olla markkinoilla todellisuudessa vallitsevat kilpailuolosuhteet.<sup>73</sup>

Yksi EU:n päätarkoituksista on muodostaa Euroopasta yhtenäinen markkina-alue. Tämä pitäisi teollisuuden mukaan ottaa paremmin huomioon arvioitaessa fuusioiden vaikutuksia. Maantieteellistä määrittelyä pitäisi laajentaa maakohtaisista markkinoista eurooppalaiseksi markkinaksi ainakin niissä tapauksissa, joissa yritykset toimivat koko EU-alueella. Yritysten kannalta ne alueet, joilla niillä on toimintaa, ovat niille merkityksellisiä markkinoita. Nykyisin komission tulkinta vaikeuttaa pieniltä markkina-alueilta tulevien yritysten kasvamista Euroopan- ja maailmanlaajuisesti kilpailukykyisiksi yksiköiksi. Suomessa ei monella alalla ole useita kilpailijoita, jolloin yrityksillä on vahva asema kotimaassa, vaikka ne kansainvälisessä vertailussa ovat suhteellisen pieniä. Yritykset kokevat kilpailevansa yhä kansainvälisemmässä ympäristössä ja kilpailupaine ulkomailta koetaan todellisena uhkana. Yrityskoon kasvattaminen koetaan ainoana mahdollisuutena vastata kansainväliseen kilpailuun. Yritysten mielestä komission tulisikin ottaa huomioon markkinoiden avautuminen ja pienistä maista tulevien yritysten ongelmat relevantin markkina-alueen määrittelyssä.

### ***5.3 Kilpailuviranomaisten näkemykset fuusiovalvonnasta***

Kilpailuasioista vastaavan komissaarin Mario Montin mukaan kilpailuoikeuden tavoitteena on suojella kuluttajien hyvinvointia säilyttämällä tarpeeksi kilpailua

---

<sup>73</sup> TT, muistio 2001.

yhteismarkkinoilla. Kilpailun tulisi johtaa alempiin hintoihin, laajempaan tuotevalikoimaan ja tekniseen kehitykseen. Fuusiovalvonnalla pyritään estämään määräävän markkina-aseman syntyminen tai vahvistuminen. Määräävä asema johtaa kilpailuongelmiin, jotka ilmenevät joko suoraan korkeampina hintoina ja vähentyneenä tuotekehittelynä fuusion jälkeen tai epäsuoraan kilpailijoiden poistumisena, joka johtaa samoihin lopputuloksiin. Montin mukaan komissio ei vastusta tehokkaampien yritysten syntymistä yrityskaupoilla. Sen sijaan kaupat, jotka lisäävät kilpailusteitä ja heikentävät kuluttajien hyvinvointia lisäämättä tehokkuutta, tulisi estää.<sup>74</sup>

Kilpailuasioissa analyysi keskittyy markkinavoiman tutkimiseen. Merkityksellisten markkinoiden määrittämistä ja markkinaosuuksia käytetään välineinä, joilla selvitetään yritysten markkinavoiman vahvuutta. Markkinoiden määrittämisen päätarkoituksena on tunnistaa ne kilpailijat, jotka pystyvät rajoittamaan yrityskaupan osapuolten käyttäytymistä. Yritysten markkinavoimaa voivat rajoittaa kysynnän korvattavuus, tarjonnan korvattavuus ja potentiaalinen kilpailu. Näistä kysynnän ja tarjonnan korvattavuus otetaan huomioon markkinoita määritettäessä ja potentiaalinen kilpailu myöhemmässä vaiheessa tutkittaessa markkinavoiman laajuutta.

Komissaari Montin mukaan pienten jäsenmaiden yrityksillä on muitakin keinoja kasvaa kuin fuusiot oman maan yritysten kanssa. Yritykset voivat kasvaa sisäisesti ja päästä tätä kautta määräävään asemaan kotimaassaan, tai ne voivat fuusioitua ulkomaisten yritysten kanssa, jolloin kilpailuongelmia ei ilmene yhtä herkästi. Myös suuriin markkinaosuuksiin johtavat kotimaiset fuusiot voidaan hyväksyä, jos kyseiset markkinat ovat tarpeeksi avoimet tai osapuolet tekevät korjaustoimenpiteitä, joilla ulkomaisten kilpailijoiden alalletulon mahdollisuuksia helpotetaan. Montin mukaan pienten jäsenmaiden fuusiot helpottuvat sitä mukaa, kun kaupan esteet katoavat ja markkinat avautuvat. Kilpailuanalyysissä täytyy

---

<sup>74</sup> Monti 9.7.2001.



kuitenkin löytyä luotettavia tietoja siitä, että näin todella on tapahtumassa, ennen kuin tällä on merkitystä tapausten arviointiin.<sup>75</sup>

Komission päätöksentekoprosessissa otetaan eri näkökannat huomioon ennen lopullisen päätöksen tekemistä. Kilpailukomissaari ehdottaa tiettyä päätöstä, mutta komissaarien kollegio, johon kuuluvat kaikki komissaarit, tekee lopullisen päätöksen. Päätökseen osallistuu myös neuvoa-antava komitea, joka koostuu jäsenvaltioiden kilpailuviranomaisten edustajista. Nämä edustajat saavat käyttöönsä tapauksen tärkeimmät asiakirjat, osallistuvat kokoukseen jossa fuusion osapuolet esittävät näkemyksensä ja tutustuvat päätösehdotukseen. Tämän jälkeen neuvoa-antava komitea ilmaisee mielipiteensä tapauksesta. Komissio ei ole sidottu komitean mielipiteeseen, mutta sen on ilmoitettava, millä tavoin lausunto on otettu huomioon.<sup>76</sup>

Komission yrityskauppoihin liittyvissä ratkaisuisa viiden viime vuoden ajalta maantieteelliset markkinat on määritelty kansallisiksi suurin piirtein yhtä usein kuin kansallista suuremmiksi. Komissio on tehnyt tänä aikana 1295 päätöstä, joista 14,2 %:ssa (187 kpl) markkinat määriteltiin kansallisiksi. 14,4 %:ssa markkinat olivat suuremmat. Muissa tapauksissa maantieteellisten markkinoiden tarkka määrittäminen jätettiin tekemättä, koska kilpailuongelmia ei ilmennyt millään markkinamääritysvaihtoehdolla. Pohjoismaisia yrityksiä koskevia päätöksiä tehtiin 228. Näistä 10,5 %:ssa (24 kpl) markkinoita pidettiin kansallisina ja 13,2 %:ssa (30 kpl) suurempina. Toiseen vaiheeseen edenneitä tapauksia oli 12, joista kuudessa markkinat katsottiin kansallisiksi.

Sen lisäksi, että pienten jäsenvaltioiden yritysten sulautumien käsittelyä on kritisoitu, on esitetty epäilyjä siitä, että komissio kohtelee eriarvoisesti Euroopan ulkopuolisten, erityisesti yhdysvaltalaisten yritysten välisiä sulautumia. Kritiikkiä esiintyi erityisesti komission kiellettyä MCI WorldCom/Sprint<sup>77</sup> –kaupan.

---

<sup>75</sup> Monti 5.10.2001.

<sup>76</sup> Sulautuma-asetus, 19 artikla kohta 6.

<sup>77</sup> M.1741, 28.6.2000.

Komissio vastasi näihin huolenaiheisiin toteamalla, että kilpailuun perustuvan yrityskeskittymien valvontajärjestelmän tavoitteena on aina varmistaa, että kielteisiä vaikutuksia ei esiinny millään merkityksellisillä markkinoilla, jotka sijaitsevat Euroopan talousalueella tai sisältävät Euroopan talousalueen. Tähän ei vaikuta niiden markkinoiden tai sen maan suuruus, jolla ehdotettuun yrityskauppaan osallistuvat yritykset sijaitsevat. Ratkaiseva tekijä on se, että uudelleenjärjestely ei oikeuta aiheuttamaan vahinkoa kuluttajille, ja että yritys voi aina järjestellä toimintonsa uudelleen tavalla, joka ei vahingoita kilpailua. Toimintojensa uudelleenjärjestelyä suunnittelevien yritysten on ymmärrettävä, kuinka tärkeänä komissio pitää kilpailun suojelua EU:ssa, olipa sitten kyse paikallisesta, kansallisesta, Euroopan laajuisesta tai jopa maailmanlaajuisesta kilpailusta.<sup>78</sup>

Suomessa kilpailuasioita käsittelevässä Kilpailuvirastossa ei yhdytä teollisuuden näkemyksiin fuusiovalvonnan puutteista. Kilpailuviraston yrityskaupparyhmän päällikön Juhani Jokisen mukaan<sup>79</sup> fuusiovalvonnalla pyritään estämään tehokkaan kilpailun loppuminen markkinoilta. Jos yritys saa mahdollisuuden käyttää määräävää asemaansa hyväkseen, sitä myös tullaan käyttämään kuluttajien vahingoksi. Yritysten vaatimukseen valvonnan painopisteen siirtämisestä kieltämisestä yritysten tosiasialliseen toimintaan ei nähdä mahdollisuuksia. Kohtuuttomaan hinnoitteluun puuttuminen on hyvin vaikeaa, väärinkäytösten tulee olla räikeitä ja näytön selkeää. Yrityksen käyttäessä monopolivoimaansa ja nostamalla hintojaan fuusion jälkeen kuluttajien asema heikkenee, ja tähän olisi hyvin vaikeaa puuttua. Myös Kilpailuviraston mukaan yritys voi kasvaa muutenkin kuin yhdistymällä toisen kotimaisen yrityksen kanssa. Liittoutumalla ulkomaisen yrityksen kanssa saadaan suurten markkinoiden tuomaa kokemusta mukaan, eikä kilpailuongelmia synny kotimaassa. Lisäksi kotimaisen kilpailun puute vaikeuttaa menestymistä laajennuttaessa ulkomaisille markkinoille.

---

<sup>78</sup> XXX Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 2000, kohdat 235-236.

<sup>79</sup> Haastattelu 8.11.2001.

Jokisen näkemyksen mukaan fuusiovalvonnassa ei ole merkitystä sillä, mistä maasta yritykset ovat, kaikki tapaukset käsitellään samojen säännösten mukaan. Kuluttajien etujen turvaamiseksi esim. Pohjoismaihin ei voida sallia syntyvän yrityskaupoilla määräävän markkina-aseman saavia yrityksiä. Pohjoismaiden tilanne kansallisissa fuusioissa on vaikeampi kuin Keski-Euroopan maissa. Pohjoismaiden olosuhteiden erityinen huomioon ottaminen ja yritysten määräävä asema syrjisivät näiden maiden kuluttajia, joten Kilpailuvirastossa ei nähdä tarvetta muuttaa fuusiovalvonnan tulkintaa.

Fuusion tehokkuusetujen huomioon ottaminen on Jokisen mukaan myös hankalaa. Tehokkuusedut ovat usein myös epämääräisiä ja vaikeita todistaa, eikä etujen siirtymisestä kuluttajille ole mitään takeita. Myöskään erilaisia teollisuuspoliittisia näkökohtia ei komission käytännössä juuri oteta huomioon, arvioinnin keskittyessä kilpailuoikeudellisiin kysymyksiin.

## **6 JOHTOPÄÄTÖKSET**

Merkityksellisten markkinoiden määrittämisellä on keskeinen rooli EU:n fuusiovalvonnassa. Markkinoiden laajuudesta riippuvat yrityskaupan osapuolten markkinaosuudet, joilla on ratkaiseva merkitys arvioitaessa määräävän aseman olemassaoloa. Kun alle 40 %:n yhdistetty markkinaosuus käytännössä johtaa yrityskaupan hyväksymiseen, yritykset luonnollisesti haluavat ilmoituksissaan määritellä markkinat mahdollisimman laajasti sekä tuotteen että maantieteellisen alueen osalta. Komission väärä tulkinta markkinoiden laajuudesta voi estää kilpailutilanteen kannalta hyödyllisen yrityskaupan toteuttamisen, jos markkinat todetaan pienemmiksi kuin yritysten todellinen kilpailuympäristö. Vastaavasti liian laaja markkinatulkinta voi johtaa yrityksen määräävän aseman kautta korkeampiin hintoihin ja muihin kilpailuongelmiin.

Markkinoiden määrittämiseen ei ole olemassa yksiselitteistä kaavaa, joka soveltuisi kaikkiin tapauksiin. Eri tapauksissa painotetaan eri argumentteja, joten tapauksen vertailu ja yleisten johtopäätösten tekeminen ei ole helppoa.

Fuusiotapauksissa analyysi keskittyy kaupan mahdollisiin vaikutuksiin tulevaisuuden kilpailuolosuhteissa. Olosuhteiden muuttuessa esim. teknologian kehityksen kautta tietyn päätöksen perustelut voivat vanhentua jo seuraavaan saman alan tapaukseen mennessä. Yleisellä tasolla merkityksellisten markkinoiden määrittelyä käytetään välineenä selvitetessä yritysten markkinavoimaa. Yritysten markkinaosuudet tietyllä alueella antavat lähtökohdan arvioitaessa markkinavoiman vahvuutta. Jos yritys voi käyttäytyä riippumattomasti kilpailijoista ja asiakkaista, sillä katsotaan olevan määräävä markkina-asema. Yrityksen markkinavoimaa rajoittaa potentiaalinen kilpailu, jonka vaikutuksia voidaan tutkia joko tarjonnan korvattavuutena markkinoita määritettäessä tai myöhemmin analysoitaessa alalletulon esteitä. Sekavuutta voi lisätä se, että samoja potentiaalisen kilpailun vaikutuksia voidaan käsitellä molemmissa em. vaiheissa. Lopputuloksen kannalta tärkeintä on luonnollisesti, että potentiaalisen kilpailun ja alalletulon esteiden vaikutukset yritysten asemaan selvitetään.

Väitteille siitä, että yrityskauppasäännökset syrjisivät pienten markkina-alueiden yrityksiä, ei ole helppoa löytää todisteita. Kritiikin kohteena pääosin oleva maantieteellisten markkinoiden määrittäminen analysoidaan kilpailuolosuhteiden erilaisuuden perusteella, jolloin päähuomio kohdistuu usein alalletulon esteisiin sekä hintaeroihin eri alueiden välillä. Jos olosuhteet poikkeavat eri alueilla huomattavasti, markkinat määritellään erillisiksi riippumatta näiden markkinoiden koosta. Komission mukaan tämä on ainoa keino välttää mielivaltaisen arviointi, joka vähentäisi yritysten varmuutta oikeudenmukaisesta ratkaisusta. Olosuhteiden huomattava poikkeaminen on luonnollisesti aina tulkintakysymys, josta eri osapuolet voivat olla toista mieltä.

Joissakin yhteyksissä on arvosteltu, että Pohjoismaita koskevissa fuusioissa markkinat määritellään kansallisiksi useammin kuin suurempien jäsenmaiden kohdalla. Komission tilastojen mukaan viime vuosien fuusioissa markkinat on määritetty kansallisiksi yhtä usein Pohjoismaissa kuin muuallakin EU-alueella. Täten ei ole näyttöä siitä, että Pohjoismaat olisivat huonommassa asemassa

maantieteellisten markkinoiden määrittämisessä muihin jäsenvaltioihin verrattuna. Pohjoismaiden asemaa vaikeuttaa lähinnä niiden syrjäinen sijainti ja muut olosuhteet, jotka lisäävät alalletulon esteitä ja alentavat potentiaalisen kilpailun mahdollisuutta. Kuljetuskustannukset ovat tietyillä aloilla selvän tekijä, joka erottaa Pohjoismaat omaksi markkina-alueekseen. Pohjoismaissa on vähän ihmisiä suurella alueella ja useilla aloilla on vain muutama kansallinen tuottaja, joilla on vahva asema kotimaassaan. Koska markkinat ovat pienet, ulkomaisille potentiaalisille kilpailijoille ei ole tarjolla niin suuria voittoja, että alalletulo kannattaisi. Pohjoismaat eivät siten monella toimialalla ole houkutteleva markkina-alue esim. keskieurooppalaisille yrityksille.

Arvostelu komission markkinamäärittelyä vastaan on kohdistunut erityisesti Volvo/Scania –päätökseen. Aiemmassa saman alan fuusiossa (Mercedes-Benz/Kässbohrer) komissio määritteli Saksan markkinat kansallisiksi. Tapauksessa hyväksyttiin yli 70 %:n markkinaosuus pääosin Saksan markkinoiden houkuttelevuuden eli ulkomaisen kilpailun todennäköisyyden johdosta. Myös heti Scania –kaupan kieltämisen jälkeen seuranneessa Volvo/Renault –fuusiossa oletettiin esim. Ranskan ja Portugalin muodostavan kansalliset markkina-alueet. Komission käytännön ei näin ollen voida osoittaa syrjivän esim. Pohjoismaita markkinoiden määrittämisessä. Toisaalta voidaan väittää, että pienten maiden erityisongelmia ei oteta huomioon, vaan Pohjoismaisia yrityksiä kohdellaan täsmälleen samalla tavalla kuin suurilta markkina-alueilta tulevia yrityksiä. Yritysten mukaan kilpailuympäristö on entistä avoimempi ja kansainvälinen kilpailupaine edellyttäisi laajempaa maantieteellisten markkinoiden tulkintaa. Maailmanlaajuisesti toimivien pienten maiden yritysten fuusioissa ei ole päätarkoituksena päästä määräävään asemaan kotimaassa, vaan kilpailla suurten kilpailijoiden kanssa koko maailman kattavilla markkinoilla. Tämä tulisi yritysten mukaan ottaa huomioon markkinoiden määrittelyssä sekä yrityskauppojen kokonaisarvioinnissa. Arvostelijoiden mukaan tämänhetkinen käytäntö antaa kilpailuetua yhdysvaltalaiselle teollisuudelle EU:n ja USA:n välisessä sekä globaalissa kilpailussa.

Komissio on kieltänyt myös suurten jäsenmaiden yritysten fuusioita. Lokakuussa 2001 komissio kielsi Ranskan suurimpien elektroniikkayritysten Schneider Electricin ja Legrandin<sup>80</sup> fuusion. Kilpailuongelmia havaittiin Ranskan lisäksi mm. Espanjan, Italian ja Yhdistyneiden kuningaskuntien markkinoilla. Fuusio kiellettiin Ranskan presidentin ja valtiovarainministerin viime hetken suostutteluista huolimatta. Komission käytännön ei voidakaan osoittaa suosivan suurten maiden yritysten fuusioita. Analyysin osoittaessa kilpailun estyvän merkityksellisillä markkinoilla fuusio kielletään, jos osapuolet eivät ehdota ongelmia poistavia korjaustoimenpiteitä. Yrityskauppojen kieltämisen perimmäisenä syynä onkin useimmiten liian tehottomat tai monimutkaiset korjaustoimenpiteet, joiden komissio ei katso riittävän poistamaan kilpailuongelmia.

Koko sulautuma-asetuksen voimassaolon ajan on keskusteltu siitä, mitä roolia fuusiota mahdollisesti seuraavat tehokkuusedut sekä teollisuuspolitiikkaan liittyvät argumentit näyttelevät yrityskauppojen arvioinnissa. Komission tähänastisen käytännön perusteella voidaan todeta, että tehokkuusetuja ei juurikaan oteta arvioinnissa huomioon fuusion hyväksymistä puoltavana seikkana. Asetuksen 2 artiklan kriteeri ”tekninen ja taloudellinen kehitys” voisi puoltaa fuusion hyväksymistä määräävän aseman syntymisestä huolimatta, jos keskittymä johtaisi kuluttajien aseman parantumiseen. Tämä ei kuitenkaan voi olla tärkein hyväksymistä puoltava asia, vaan muiden tekijöiden ohella vaikuttamassa siihen, että kilpailu ei esty ”olennaisesti”, asetuksen sanamuodon mukaan.

Sulautuma-asetus on ollut voimassa vasta hieman yli 10 vuotta, ja yrityskaupat ovat lisääntyneet huomattavasti 1990-luvun puolivälistä lähtien. Onkin luonnollista, että säännösten käytännön toimivuus ei ole vielä parhaalla mahdollisella tasolla. Asetuksen ja sen tulkinnan kehittäminen nopeasti muuttuvassa kilpailuympäristössä ja yhteensovittaminen muiden Euroopan unionin lainsäädäntöhankkeiden kanssa ei ole helppoa. Arvostelua onkin esiintynyt monelta taholta. Komissiossa on valmisteilla toimivallan määrittelevien

---

<sup>80</sup> M.2283, 10.10.2001.

liikevaihtorajojen uudistaminen, jonka tavoitteena on yrityksille mahdollisimman käytännöllinen ratkaisu yrityskauppojen ilmoittamisessa. Sisämarkkinoiden kehittyminen laajentaa markkina-aluetta, joillakin aloilla nopeammin kuin toisilla. Tällä on vaikutuksensa myös yrityskauppojen arviointiin tulevaisuudessa.

## LÄHTEET

Aalto-Setälä, Ilkka; Kärkkäinen, Hannu K.; Lehto, Petri; Petäjaniemi-Björklund, Anne; Stenborg, Markku: Kilpailulait ja julkiset hankinnat. Helsinki 1999.

Alonso, Juan Brines: Market Definition in the Community's Merger Control Policy. EUROPEAN COMPETITION LAW REVIEW, N:o 4 1994, s. 195-208.

Bellamy, Christopher; Child, Graham: European Community Law of Competition. Edited by P.M. Roth. Lontoo 2001.

Cook, C.J.; Kerse, C.S.: E.C. Merger Control. Lontoo 1996.

Cook, C.J.; Kerse, C.S.: E.C. Merger Control. Lontoo 2000.

DAGENS INDUSTRI: Volvo/Scania on prime ministers agenda. 16.2.2000.

Leif Johanssons största nederlag. 9.3.2000.

”Volvo har inte blivit diskriminerat”. 9.3.2000.

Volvo appeals to full Commission for relief. 9.3.2000.

Volvo fick tummen ned. 15.3.2000.

Euroopan Yhteisöjen komissio: XXIX Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 1999. Bryssel 2000.

Euroopan Yhteisöjen komissio: XXX Kilpailupolitiikkaa koskeva kertomus 2000. Bryssel 2001.

Euroopan Yhteisöjen komissio: Komission kertomus neuvostolle sulautuma-asetuksessa säädettyjen raja-arvojen soveltamisesta. COM (2000) 399, 28.6.2000.



Euroopan Yhteisöjen komissio: Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön oikeuden kannalta. EUROOPAN YHTEISÖJEN VIRALLINEN LEHTI, C 372, 9.12.1997, s. 5-13.

Euroopan Yhteisöjen komissio: Komission tiedonanto neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 ja komission asetuksen (EY) N:o 447/98 mukaan hyväksyttävistä korjaustoimenpiteistä. EUROOPAN YHTEISÖJEN VIRALLINEN LEHTI, C 68, 2.3.2001, s. 3-11.

Euroopan Yhteisöjen komissio: Komission tiedonanto yksinkertaistetusta menettelystä tiettyjen keskittymien käsittelemiseksi neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 mukaan. EUROOPAN YHTEISÖJEN VIRALLINEN LEHTI, C 217, 29.7.2000, s. 32-24.

Fishwick, F; Denison, T: The Geographical Dimension of Competition in the European Single Market. Luxembourg 1993.

Hawk, Barry; Huser, Henry L.: European Community Merger Control: A Practitioner's Guide. Haag 1996.

Huopalainen, Toni; Händelin, Markus; Keturi, Kari; Luostarinen, Jukka: Kilpailuoikeuden käsikirja. Helsinki 1998.

Joutsamo, Kari; Aalto, Pekka; Kaila, Heidi; Maunu, Antti: Eurooppaoikeus. Helsinki 2000.

Kauper, Thomas E.: The Problem of Market Definition under EC Competition Law. FORDHAM INTERNATIONAL LAW JOURNAL, Vol. 20, N:o 5 1997, s. 1682-1767.

Kuoppamäki, Petri: Kilpailuoikeuden perusteet. Vantaa 2000.

Kuoppamäki, Petri: Määräävän markkina-aseman väärinkäyttö ja fuusiovalvonta EY:n kilpailuoikeudessa. Helsinki 1992.

Laurila, Hanna: The relevant geographic market and the assessment of a dominant market position in EC and Finnish competition law. Turku 1997.

Leivo, Kirsi; Leivo, Timo: Euroopan yhteisön kilpailuoikeus. Helsinki 1997.

Monti, Mario: Market definition as a cornerstone of EU competition policy. Puhe Market Definition –seminaarissa, Helsinki 5.10.2001.

Monti, Mario: The Future for Competition Policy in the European Union. Puhe, Merchant Taylor's Hall, Lontoo 9.7.2001.

Sjöblom, Dan: Case N:o: COMP/M.1672 –Volvo/Scania. COMPETITION POLICY NEWSLETTER, N:o 2 June 2000, s. 45-48.

Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto: Näkemyksiä EU:n ja kansallisen kilpailupolitiikan suuntaviivoista. Helsinki 2001.

#### Haastattelut

Jokinen, Juhani, Kilpailuviraston yrityskaupparyhmän päällikkö. Helsinki 8.11.2001.

Maijala, Antti, Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto, osastopäällikkö, elinkeinolainsäädäntö, Helsinki 10.10.2001.