



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Rolf Rönblad

# **Toimitus- ja jakelusopimusten kilpailunrajoitukset sekä toiminta**

Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö  
Talousoikeuden Pro gradu tutkielma  
Kauppatieteiden maisteriohjelma

Vaasa 2025

---

**VAASAN YLIOPISTO****Laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Rolf Rönneblad		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Toimitus- ja jakelusopimusten kilpailunrajoitukset sekä toiminta		
<b>Tutkinto:</b>	Kauppatieteiden maisteri		
<b>Oppiaine:</b>	Talousoikeus		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Pekka Vainio		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2025	<b>Sivumäärä:</b>	90

---

**TIIVISTELMÄ:**

Toimitus- ja jakelusopimukset ovat niin historiallisestikin ja nykypäivänä markkinatalouden kulmakiviä. Näitä toimitus- ja jakeluketjuja ohjaavat toimitus- ja jakelusopimukset, joita pääsääntöisesti kutsutaan vertikaalisiksi sopimuksiksi.

Vertikaalisten sopimusten kilpailuoikeudellisessa tarkastelussa pääsääntöiseksi tarkastelun kohteeksi nousee erilaiset kilpailua rajoittavat skenaariot. Näitä kilpailua rajoittavia skenaarioita pyritään sääntelemään kilpailulainsäädännöllä. SEUT 101 ja ryhmäpoikkeusasetus 720/2022 on pääsääntöisesti Euroopan unionin alueella vaikuttava kilpailuoikeudellinen lainsäädäntö, jolla on erityistä merkitystä vertikaalisille sopimuksille. Vertikaalisten sopimusten kilpailulainsäädäntö määrittää millaisia vertikaalisia kilpailunrajoituksia voidaan toteuttaa sopimustilanteissa. Kilpailunrajoituksia on useita eri tyyppisiä, joista osa on kiellettyjä ja osa sallittuja tiettyjen ehtojen näin salliessa.

Yksi yleisimmistä vertikaalisia kilpailunrajoituksen muodoista ovat määrähinnoittelu, yksinmyyntisopimukset, franchisejärjestelmät ja valikoivan jakelun järjestelmät. Määrähinnoittelulla tarkoitetaan tilannetta, jossa vertikaalisessa sopimuksessa pyritään määrittämään tuotteelle tai palvelulle tietty hintataso markkinoille. Pääsääntöisesti alimman sallitun hinnan ja kiinteän hinnan määrittäminen on kiellettyä lukuun ottamatta poikkeusta väliaikaisesta kiinteästä hinnasta esimerkiksi franchisejärjestelmässä, jossa pyritään tarjoamaan alennuskampanja. Yksinmyyntisopimuksilla tarkoitetaan tilannetta, jossa valmistaja tai toimittaja pyrkii kohdentamaan tuotteidensa jakelun tietyille tai tietyille jälleenmyyjille pyrkien samalla rajoittamaan myyntialueiden yli menevää aktiivista myyntiä jälleenmyyjien kesken. Passiivisen myynnin muodot ovat kuitenkin pääsääntöisesti lainsäädännöllä suojattuja tällaisissakin tilanteissa. Valikoivissa järjestelmissä toimittajalla tai valmistajalla on tarkoituksena pyrkiä valikoimaan tietyt jälleenmyyjät laadullisia kriteeristöjä noudattaen. Tällöin toimittaja tai valmistaja voi esimerkiksi pyrkiä säilyttämään tuotteen laatu- tai palvelutason. Kyseinen toimintatapa voi esiintyä esimerkiksi ylellisyystuotteissa, joissa jälleenmyyjien myyjien osaamistasolla voi olla merkitystä valmistajalle tai toimittajalle jälleenmyyjää valikoidessaan. Franchisejärjestelmissä franchise-antaja pyrkii saamaan franchisejärjestelmänsä franchise-ottajia, jotka toteuttavat liiketoimintaa franchisejärjestelmän mukaisella liiketoimintamallilla. Tällöin syntyy myös vertikaalinen sopimus, jossa franchise-antajalta tulee mahdollisesti tietotaitoa, tuotemerkki ja toimitusketjutuotteiden hankinnalle.

Ryhmäpoikkeusasetus on uudistunut vuonna 2022, joka on aiheuttanut muutoksia vertikaalisiin kilpailunrajoituksiin erityisesti verkkokauppojen osalta. Pääsääntöisesti erilaiset toimenpiteet rajoittavat verkkokauppaliiiketoimintaa vertikaalisilla kilpailunrajoitusehdoilla on katsottu kielletyiksi tiettyjä poikkeuksia lukuun ottamatta.

---

**AVAINSANAT:** vertikaaliset kilpailunrajoitukset, kilpailuoikeus, vertikaaliset sopimukset, EU-asetukset, EU-oikeus, ryhmäpoikkeusasetus

**Lyhenteet**

KilpL	Kilpailulaki 948/2011
MAO	Markkinaoikeus
SEUT	Sopimus Euroopan unionin toiminnasta
EU	Euroopan unioni
EY	Euroopan yhteisö
KSL	Kuluttajansuojalaki 38/1978

**Oikeustapausluettelo***Markkinaoikeus*

29.1.2010

92/06/KR	MAO:58/10	S.40
----------	-----------	------

20.12.2011

159/10/KR	MAO:594/11	S.41
-----------	------------	------

*Euroopan yhteisöjen komissio*

25.10.1983

Asia 107/82	Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG	S.63
-------------	---	------

13.10.2011

C-439/09	Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS	S.63
----------	-----------------------------------	------

25.10.1977

C-26/76	Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG	S.64
---------	-----------------------------------	------

## Kuvat

Kuva 1. Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt.

S.22

## Tekoäly

OpenAI. (2024) [Laaja kielimalli]. (21.10.2024) Noudettu 21.10.2024 osoitteesta: [Chat-GPT.com](https://chatgpt.com)

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>7</b>
1.1. TUTKIMUSKYSYMYKSET	8
1.2. TAVOITTEET JA KÄSITTEET	9
1.3. AINEISTO JA TUTKIMUSMETODI	9
<b>2. KILPAILUOIKEUDEN PERUSTEET JA KEHITYS TOIMITUS- JA JAKELUSOPIMUKSIEN VIITEKEHYKSESSÄ</b>	<b>11</b>
2.1. VOIMASSA OLEVA KILPAILUOIKEUS	11
2.2. EUROOPAN UNIONIN VAIKUTUS NYKYISEEN KILPAILUOIKEUTEEN	13
<b>3. TOIMITUS- JA JAKELUSOPIMUKSET</b>	<b>16</b>
3.1. VERTIKAALISET SOPIMUKSET	16
3.2. SALLITUT SOPIMUSEHDOT VERTIKAALISISSA SOPIMUKSISSA	17
3.3. ALIHANKINTASOPIMUKSET	19
3.4. EDUSTUSSOPIMUS	20
3.5. RYHMÄPOIKKEUSASETUS VERTIKAALISISSA SOPIMUKSISSA	22
3.6. KIELLETYT VERTIKAALISET SOPIMUKSET	26
3.7. DE MINIMIS -PERIAATE	27
3.8. HORIZONTAALISTEN KILPAILUNRAJOITUKSIEN YHTEYS VERTIKAALISIIN KILPAILUNRAJOITUKSIIN	30
3.9. TOIMITUS- JA JAKELUSOPIMUKSIEN VAIKUTUS ARVONLUONTIKETJUIHIN JA KULUTTAJIIN	31
3.9.1. LIITÄNNÄISYYS KULUTTAJANSUOJALAINSÄÄDÄNTÖÖN	32
<b>4. VERTIKAALISTEN SOPIMUKSIEN KILPAILUNRAJOITUKSET JA RAJOITUSKIELLOT</b>	<b>34</b>
4.1. MÄÄRÄHINNOITTELU	34
4.1.1. <i>Alimman sallitun hinnan tai kiinteän hinnan asettaminen</i>	35
4.1.2. <i>Tehokkuuspuolustus</i>	38
4.1.3. <i>Markkinaoikeuden esimerkkiratkaisuja</i>	40
A-TEC SERVICES OY	40
IITTALA GROUP OY AB	41
4.2. ALUEELLISET JA ASIAKASRAJOITUKSET	42
4.3. YKSINMYYNTI	43
4.3.1. <i>Yksinmyyntisopimuksien alue- ja asiakasrajoitusten muodot</i>	46
4.3.2. <i>Verkkomyynnin rooli yksinmyyntisopimuksissa</i>	49
4.3.3. <i>Toimittajan ja valtuuttamattoman jälleenmyyjän myynti yksinmyyntialueelle</i>	50
4.4. YHDEN TUOTEMERKIN MÄÄRÄÄMINEN	51
4.4.1 <i>Yhden tuotemerkin määrääminen lievemmillä muodoilla</i>	52
4.5. YHDEN TUOTEMERKIN MÄÄRÄÄMISEN KILPAILUA RAJOITAVIEN TEKIJÖIDEN ARVIOINTI	54
4.6. KYTKYKAUPPA	56
4.7. VALIKOIVA JAKELU	60
4.7.1. <i>Valikoivan jakelujärjestelmän Metro-kriteerit</i>	65

4.8. YKSINOSTOVELVOITTEET	66
4.9. FRANCHISESOPIMUKSET	68
<b>5. VERTIKAALISEN RYHMÄPOIKKEUSASETUKSEN KEHITYKSEN PÄÄPIIRTEET</b>	<b>72</b>
5.1. DIGIMARKKINAN KEHITYS JA PARITEETTIVELVOITTEET	72
5.2. DIGITAALISEN KAUPANKÄYNNIN VAIKUTUS KAKSOISHINNOITTELUUN	74
5.3. DIGITAALISEN KAUPANKÄYNNIN VAIKUTUS AKTIIVISEEN JA PASSIIVISEN MYYNNIN SUOJAAN	75
5.4. DIGIMARKKINA JA KAKSOISJAKELU	75
5.5. RYHMÄPOIKKEUSASETUKSEN SISÄLLÖN KEHITYS	76
5.6. ARTIKLOJEN HISTORIALLISTA VERTAILUA RYHMÄPOIKKEUSASETUSTEN VÄLILLÄ	77
5.6.1. <i>Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 1 Määritelmät</i>	78
5.6.2. <i>Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 2 Poikkeus</i>	80
5.6.3. RYHMÄPOIKKEUSASETUKSEN ARTIKLA 4 RYHMÄPOIKKEUSEDUN POISTAVAT RAJOITUKSET – VAKAVIMMAT KILPAILUNRAJOITUKSET	81
5.6.4. <i>Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 5 Ryhmäpoikkeuksen soveltamisalan ulkopuolelle jätetyt rajoitukset</i>	82
5.6.5. <i>Ryhmäpoikkeusasetuksen artiklat 6,7 ja 8</i>	82
<b>6. JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSAIHEET</b>	<b>84</b>
<b>7. LÄHTEET</b>	<b>86</b>

## 1. Johdanto

Kilpailuoikeuteen kuuluu erilaiset sopimustyytit. Kilpailuoikeudessa tarkoitettut sopimukset ovat pääsääntöisesti erilaisten elinkeinonharjoittajien välisiä sopimuksia, joilla ohjataan kaupankäynnin sisältöä, toimintaa ja menettelytapoja.<sup>1</sup> Sopimustyytit jaotellaan usein erilaisiin kategorioihin, joilla on oma merkityksensä. Kilpailuoikeudellisesti on mielekästä hahmottaa sopimukset horisontaalisiin ja vertikaalisiin sopimustyyppihin. Muitakin sopimustyyppijä on mahdollista muodostaa, mutta tutkielman ja lainsäädännön havainnollistamiseksi on mielekästä jaotella sopimustyytit yllä mainitun mukaisesti.

Horisontaaliset sopimukset tarkoittavat kilpailuoikeudellisesti sopimuksia, jotka ovat samalla jakeluportaalla sijaitsevien yritysten välisiä<sup>2,3</sup>. Tutkielmassa kuitenkin merkittävämpään rooliin nousee vertikaaliset sopimukset. Vertikaaliset sopimukset tarkoittavat sopimuksia, joissa sopimus luodaan jakeluketjun sisällä toimivien yritysten välille tai muiden toimijoiden välille. Tällöin tarkoitetaan sopimuksen olevan eri jakeluportaalla olevien toimijoiden välinen.<sup>4</sup> Vertikaaliset sopimukset voidaan myös mieltää jälleenyntisopimuksiksi eri toimijoiden välille<sup>5</sup>.

Vertikaalisia sopimuksia säännellään Euroopan unionin ja Suomen lainsäädännöllä. Tutkielmassa käsitellään pääsääntöisesti Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen eli SEUT 101 artiklaa ja ryhmäpoikkeusasetusta. Tutkielmassa on merkittävää myös huomata artiklan muotoilevan sääntelyn ja rajoitukset esimerkiksi vertikaalisten sopimusten muodostamille mahdollisille kilpailunrajoituksille. Vertikaalisten sopimusten

---

<sup>1</sup> Kuoppamäki, 2018, s.1

<sup>2</sup> Kuoppamäki, 2018, s.161

<sup>3</sup> Mentula, 2002, s.60

<sup>4</sup> Kuoppamäki, 2018, s.213

<sup>5</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, S.100

läheisyyteen liittyy myös yrityskaupat, joita voidaan tulkita käyttäen samaa säädöspohjaa<sup>6</sup>. Ajankohtaisena aiheena on 2021 heinäkuussa tullut luonnos SEUT 101 artiklan kohdan 3 ryhmäpoikkeusasetuksen muutokselle ja uusi hyväksytty ryhmäpoikkeusasetus, joka on astunut voimaan 1.6.2022.

Ryhmäpoikkeusasetuksella tarkoitetaan SEUT 101 artiklan kohtaa 3<sup>7</sup>. Ryhmäpoikkeusasetuksen soveltamisella voidaan tarkoittaa tilanteita, joissa vertikaalisella sopimuksella on mahdollisesti kilpailua rajoittavia tekijöitä, mutta se täyttää SEUT 101 artiklan kohdan 3 kriteerit. Tällöin yrityksellä taikka yrityksillä on mahdollisuus tehdä sopimus. Tällöin sopimuksella on pääsääntöisesti myös yleishyödyllisiä vaikutuksia sen viitekehysessä.<sup>8</sup>

Tutkielman tuottamisen tarkoituksena on tarkastella mahdollisuuksia selvittää minkä tyyppisiä riskejä yrityksillä on sopimuksien suunnittelussa ja voimaan astuneen asetusmuutoksen kannalta tilannetta tulee arvioida nykytilan hahmottamiseksi. Tutkielmassa käsitellään pääsääntöisesti vertikaalisten sopimuksien ja vertikaalisten kilpailunrajoitusten säädännön arvioimista yleisellä tasolla sekä pyritään tekemään niistä johtopäätöksiä tukeutuen vertikaalisten sopimuksien ja kilpailunrajoitusten viitekehysessä oleviin asetuksiin.

### **1.1. Tutkimuskysymykset**

- *Mitä kilpailunrajoituksia tällä hetkellä on vertikaalisissa sopimuksissa?*
- *Mitä kilpailuoikeudellisia näkökulmia vertikaalisilla toimitus- tai jakelusopimuksilla on?*

---

<sup>6</sup> Ratio ja Tuominen, 2020, S.770

<sup>7</sup> SEUT 101 artikla kohta 3

<sup>8</sup> Parenti, 2021, kohta A.



## 1.2. Tavoitteet ja käsitteet

Tutkielman pääkäsitteenä on toimitus- ja jakelusopimukset. Toisena pääkäsitteenä voidaan pitää vertikaalisia kilpailunrajoituksia, koska vertikaaliset sopimukset ovat sopimuksia, joissa sopijaosapuolet ovat eri kohdissa jakeluketjua. Vertikaaliset kilpailunrajoitukset tarkoittavat kilpailunrajoituksia, joita voi syntyä tällaisten sopimusten syntymisestä.<sup>9</sup> Mielestäni nämä ovat tutkielman kannalta merkittävimmät käsitteet ryhmäpoikkeusasetuksen lisäksi ja niiden suhteet toisiinsa käsitteisiin muodostavat käsitteiden suhdeverkoston, johon tutkielmassa tukeudutaan.

Tämän tutkielman tavoitteena on analysoida ja tutkia toimitus- ja jakeluketjuihin liittyvien vertikaalisten sopimusten lainsäädäntöä sekä näiden rajoituksia. Vertikaalisten sopimusten kilpailua rajoittavien ominaisuuksien ja säädösten kehittyminen ovat tarkastelussa mukana siltä osin kuin kilpailua rajoittavien sopimusten kieltä SEUT 101 artiklassa on käsiteltävien vertikaalisten sopimusten piirissä. Tutkielmassa käsitellään myös soveltuvilta osin horisontaalisia kilpailunrajoituksia aihepiirin mukaisesti.

Tutkielman kolmantena tavoitteena tutkielmalla on muodostaa yleiskatsaus nykytilanteeseen ja päivittyvään lainsäädäntöön aihepiirin pohjalta.

## 1.3. Aineisto ja tutkimusmetodi

Tutkielmassa käytetään oikeusdogmaattista eli lainopillista tutkimusmetodia<sup>10</sup>. Tutkielmassa käytetään useita lähteitä kuten säädöksiä, oikeuskirjallisuutta, Euroopan unionin

---

<sup>9</sup> Kuoppamäki, 2018, s.213

<sup>10</sup> Husa et al, 2005, s.13

julkaisuja, eurooppalaista lainsäädäntöä ja Suomen lainsäädäntöä. Oikeusdogmaattisella tutkimuksella tarkoitetaan tutkimustyyppiä, jossa tarkastellaan lainsäännösten tulkintaa sekä merkitystä<sup>11</sup>. Tutkimusta voidaan pitää oikeusdogmaattisena tutkimuksena, koska tutkimuksessa käytetään pääasiallisena lähteenä lainsäädäntöä ja siitä muodostettua kirjallisuutta.

---

<sup>11</sup> Pikkarainen, S. (n.d.).

## 2. Kilpailuoikeuden perusteet ja kehitys toimitus- ja jakelusopimuksien viitekehyksessä

Toimitus- ja jakelusopimuksien vertikaalisiin ominaisuuksiin tutustutaan tässä tutkielmassa pääasiallisesti kilpailuoikeudellisesta näkökulmasta. Näin ollen kilpailuoikeuden historia sekä perusteet käsitellään tässä kappaleessa pintapuolisesti.

Historiallisesti voidaan huomata kilpailuoikeuden polveutuvan jo muinaisesta Babyloniasta, joskin ensimmäiset merkittävät kehitysaskleet lainsäädännöllisesti ovat syntyneet antiikin Kreikassa ja Roomassa.<sup>12</sup> Ensimmäisiä kilpailunrajoituksia, joita pyrittiin hillitsemään, ovat olleet kartellit ja monopolisoituminen. Kyseisiä kilpailunrajoituksia onkin syntynyt historiallisesti vilkkaisiin kaupankäyntiyhteisöihin ja alueisiin, joissa on ollut ihmiskeskittymiä.<sup>13</sup> Kilpailun säädöksillä ja lainsäädännöllä on ollut ihmiskunnan historiassa pitkäaikainen intressi pyrkiä hillitsemään merkittäviä kilpailunrajoituksella saavutettavista hyödyistä johtuvia voittoja. Voidaankin tulkita kyseisten kilpailunrajoituksesta aiheutuvien ongelmien aiheuttaman lainsäädännön kehityksen olevan pitkäaikaista. Nykyaikainen kilpailuoikeus pohjautuu 1800-luvun lopussa Yhdysvalloissa voimaan tulleeseen *Sherman Act* säädäntöön, joka on pyrkinyt sääntelemään kartelleja ja monopoleja.<sup>14</sup>

### 2.1. Voimassa oleva kilpailuoikeus

Kilpailunrajoituksista säädetään Kilpailulaissa 948/2011, jäljempänä KilpL, joka ohjaa Suomessa tapahtuvaa tulkintaa kilpailunrajoituksista. Kilpailulainsäädännön tavoitteena on mahdollistaa toimiva kilpailu markkinatoimijoiden kesken esimerkiksi yritysten välillä. Laajalla tulkinnalla voidaan analysoida myös julkisia yhteisöjä, jotka toiminnallaan voivat vaikuttaa kilpailutilanteisiin<sup>15</sup>. Toimiva kilpailu mahdollistaa toimivan markkinatalouden

---

<sup>12</sup> Kuoppamäki, 2018, s.23

<sup>13</sup> Kuoppamäki, 2018, s.23

<sup>14</sup> Kuoppamäki, 2018, s.23

<sup>15</sup> Kuoppamäki, 2018, s.1

ja kaikille markkinaosapuolille mahdollisuuden kuluttaa hyödykkeitä ja palveluita todellisen kysynnän ja tarjonnan muodostaman hintatason mukaisesti.

Kilpailunrajoitukset voidaan jaotella pääsääntöisesti horisontaalisiin ja vertikaalisiin kilpailunrajoituksiin. Kilpailulainsäädäntö sisältää myös poikkeukset näihin ja myös esimerkiksi määräävän markkina-aseman väärinkäytön määritelmän.<sup>16</sup> Kilpailulainsäädäntö perustuu Suomessa merkittävältä osaltaan kilpailulaissa 948/2011 ja SEUT 101 artiklassa sekä 102 artiklassa määriteltyihin rajoituksiin.

KilpL 5 § säädetään Suomessa olevista kielletyistä kilpailunrajoituksista. KilpL 5 § kieltää elinkeinonharjoittajien keskinäiset kilpailua rajoittavat sopimukset. Tällaisiksi sopimuksiksi voidaan arvioida myös sopimukset, jotka välillisesti aiheuttavat kilpailun rajoittamista ilman, että sopimuksen pääasiallinen tarkoitus on rajoittaa kilpailua. KilpL 5 § kieltää tämän lisäksi, hintoja sekä kaupan ehtoja rajoittavat sopimukset. KilpL 5 § on kiellettyä rajoittaa markkinoiden tervettä toimintaa, joka mahdollisesti voi tarjota useita eri hyötyjä esimerkiksi tekniseen kehitykseen ja investointeihin. Markkinoiden ja hankintaketjujen jakaminen sopimuksilla on kiellettyä.

KilpL 5 § mukaan yritykset eivät saa asettaa kauppakumppaneillensa erilaisia ehtoja sopimuksilla taikka vaatia lisäsuorituksia, jolla asetetaan kauppakumppanit kilpailua rajoitettavaan kilpailuasemaan taikka epäedulliseen asemaan. Nämä pätevät ehtoihin tai lisäsuorituksiin, jotka eivät ole liitännäisiä sopimuksen kohteeseen tai intresseihin.

KilpL 6 § säädetään Suomessa olevista poikkeuksista kielletyistä kilpailunrajoituksista, joista säädetään KilpL 5 §. Poikkeuksilla tarkoitetaan, ettei KilpL 5 § mukainen kieltö koske sopimuksia, joissa tarkoituksena on osaltaan tehostaa tuotantoa tai tuotteiden jakelua sekä teknistä taikka taloudellista kehitystä. Sopimuksessa jätetään kuluttajille kohtuullinen osa tästä saatavasta hyödystä. Sopimuksessa ei aseteta sellaisia rajoituksia

---

<sup>16</sup> Kuoppamäki, 2018 s.27–28

sopimuksen elinkeinoharjoittajaosapuolelle, jotka eivät ole välttämättömiä tavoitteiden saavuttamiseksi ja ettei muodostu sopimuksen elinkeinoharjoittaja osapuolille mahdollisuutta poistaa kilpailua merkittävältä osalta tarkoitetuista hyödykkeistä.

## **2.2. Euroopan unionin vaikutus nykyiseen kilpailuoikeuteen**

SEUT 101 ja 102 artiklat ovat merkittävässä roolissa nykyisen kilpailulainsäädännön pohjana. SEUT 101 ja 102 artiklat pohjautuvat jo vuonna 1957 tehtyihin Rooman sopimukseen, joita on päivitetty sittemmin nykyisiin muotoihinsa.<sup>17</sup>

SEUT 101 artiklan tarkoitus voidaan jaotella kolmeen eri osaan. Ensimmäisenä tarkoitetaan kilpailua rajoittavia sopimuksia tai yhdenmukaistettuja toimintatapoja, jotka ovat omiaan rajoittamaan kilpailua EU:n yhteismarkkinoilla<sup>18</sup>. Artiklassa rajoitetaan yritysten, yhteenliittymien ja yhteisymmärryksessä tehtyjen kilpailua rajoittavien sopimusten aiheuttamia haitallisia vaikutuksia terveelle kilpailulle yhteismarkkinalla. SEUT 101 artiklaa sovelletaan sekä horisontaalisiin että vertikaalisiin kilpailunrajoitustilanteisiin<sup>19</sup>. SEUT 101 artiklan kieltoperiaate myös tarjoaa mahdollisuuden viranomaisille rajoittaa näitä haittavaikutuksia.

Kilpailuoikeudellisesti kiellettyjen sopimusten pätevyyttä arvioidessa tulee huomioida sopimusten kiellettyjen osien olevan lähtökohtaisesti mitättömiä. Mitättömyysperiaatteen nojalla voidaankin todeta sopimuksen olevan kokonaisuudessaan mitätön, mikäli sopimuksen sisällössä ei voida erotella kilpailuoikeudellisesti kiellettyjä ehtoja tai osa-alueita.<sup>20</sup> Tällöin sopimus ei välttämättä ole kokonaisuudessaan mitätön, mikäli sopimuksen osa-alueet voidaan erotella hyväksyttäviin ja kiellettyihin osa-alueisiin. Kyseinen

---

<sup>17</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 27

<sup>18</sup> Raitio ja Tuominen, 2020, s.721

<sup>19</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 27

<sup>20</sup> Raitio ja Tuominen, 2020, s. 722

tilanne voisi esimerkiksi syntyä, mikäli sopimuskokonaisuus olisi eriytetty eri kokonaisuuksiin.

SEUT 101 artiklan 3 kohdalla on tarkoituksena määrittää ne tilanteet, joissa voidaan tehdä poikkeuksia SEUT 101 artiklan 1 kohdan kielloista<sup>21</sup>. Poikkeusten tarkoituksena on tarjota yrityksille ja yhteenliittymille mahdollisuus tehdä sopimuksia, jotka voisivat parantaa yleishyödyllisesti tuotantoa, jakelua, teknologiaa tai taloudellista toimeliaisuutta<sup>22</sup>. Poikkeukset SEUT 101 artiklan 3 kohdassa tarkoittavat tilanteita, joissa lopullisesti saavutetaan yleishyödyllinen tilanne. Tällainen tilanne mahdollistaa markkinalla terveen kilpailun hyödyntäen samalla esimerkiksi yritystenyhteenliittymien yhdenmukaistettuja menettelytapoja. Tarkoituksena on tarjota markkinaosapuolille kilpailtu yhteismarkkina, jossa ei rajoiteta tervettä kilpailua edistäviä sopimuksia.

SEUT 102 artikla kieltää määräävän markkina-aseman väärinkäytön<sup>23</sup>. Artiklan tarkoituksena on rajoittaa määräävän markkina-aseman aiheuttamien haitallisten vaikutusten tuleamista EU:n yhteismarkkinalle. Määrävällä markkina-aseamalla tarkoitetaan pääsääntöisesti tilannetta, jossa yrityksellä on huomattavasti suurempi osa markkinasta kuin kilpailijoillansa<sup>24</sup>. Kuitenkaan suuri osuus markkinasta ei suoraan synnytä määrävää markkina-asemaa, vaan yrityksen tulee myös hyötyä kilpailueduista, jotka antavat yritykselle taloudellista valtaa tai vaikutusvaltaa muihin yrityksiin välillisesti<sup>25</sup>. Määrävä markkina-asema saattaa syntyä luonnollisesti markkina-alueen elinkaareissa, kun yritykset ostavat toisiaan markkinalta. Kyseinen kehitys sinällään on hyväksyttävää, mutta määrävän markkina-aseman väärinkäyttö on kiellettyä. Määrävän markkina-aseman väärinkäytöksi voidaan arvioida tilanteita, joissa määrävässä markkina-asemassa oleva yritys tietoisesti pyrkii hyödyntämään asemaansa saattamalla asiakkaansa tai kilpailijansa

---

<sup>21</sup> Raitio ja Tuominen, 2020, s. 722

<sup>22</sup> Raitio ja Tuominen, 2020, s.722

<sup>23</sup> SEUT 102 artikla

<sup>24</sup> Raitio ja Tuominen, 2020, s.756

<sup>25</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 257 ja Raitio ja Tuominen, 2020, s.756

epäedulliseen asemaan. Tällöin terve kilpailu yritysten välillä aiheuttaa tilanteita, jolloin markkinatalouden kilpailumekanismi ei toimi normaalilla tavalla.<sup>26</sup>

EU:n vaikutuksesta kilpailuoikeudellisesti on siirrytty yhä enemmän valvomaan yritys-kauppoja. Yrityskauppojen valvonta on merkittävä lisä yritysten välisten toimien valvontaan. Aikaisemmin yrityskauppoja pyrittiin seuraamaan valvonnalla, joka sittemmin osoittautui riittämättömäksi toimeksi. Nykyisin yrityskauppojen valvonta ja ennakkopäätökset mahdollistavat paremman ennakoitavuuden markkinoilla, kun yritysten tulee ilmoittaa yrityskaupoista, jos tietyt liikevaihtorajojen kriteerit täyttyvät.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Ratio ja Tuominen, 2020, s. 759, 755

<sup>27</sup> Kuoppamäki, 2018, s.29

### 3. Toimitus- ja jakelusopimukset

Toimitus- ja jakelusopimukset tarkoittavat vertikaalisia sopimuksia, koska toimitusketjussa kyseiset sopimuksien osapuolet esiintyvät sanan mukaisesti peräjälkeen hyödykkeiden siirtyessä arvoluontiketjussa eteenpäin aina raaka-aineiden tuottajalta loppukulluttajalle.

#### 3.1. Vertikaaliset sopimukset

Vertikaalisiksi sopimuksiksi kutsutaan pääsääntöisesti sopimuksia, jotka ovat yritysten tai muiden toimijoiden välisiä sopimuksia jakeluketjun eri kohdissa<sup>28</sup>. Yleensä nämä sopimukset syntyvät tilanteissa, joissa yritys tarvitsee prosesseihinsa alihankintaa<sup>29</sup>. Ne voivat myös syntyä, kun yritys myy hyödykkeitään toisille yrityksille, jotka käyttävät niitä lopputuotteiden valmistukseen<sup>30</sup>. Yleisesti nykyinen markkinatoiminta perustuu pääsääntöisesti sopimusketjuihin eri yritysten välissä, joissa pyritään mahdollisimman tehokkaasti valmistamaan, toimittamaan tai muuten hyödyntämään toisen yrityksen tarjoamaa palvelua tai hyödykettä omassa tuotannossa tai palvelussa.

Vertikaaliset sopimukset voidaan pääpiirteittäin jaotella erilaisiin sopimussuhteisiin. Pääsääntöisesti sopimus on valmistajan tai tuottajan ja tukkukauppiaan tai vastaavan jakelua suorittavan yrityksen välinen sopimus. Toisena mahdollisena sopimussuhteena vertikaalisissa sopimuksissa on tukkukauppiaan ja vähittäiskauppioiden tai vastaavien toimijoiden välinen sopimus.<sup>31</sup> Vertikaalisia sopimuksia voi syntyä myös monissa muissa eri tilanteissa ja vertikaalinen sopimus voi koskettaa useampia toimijoita yhtäaikaisesti. Tunnusmerkkeinä pidetään sopimuskumppaneiden eri jakeluportaalla olevaa toimintaa

---

<sup>28</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, s. 97

<sup>29</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta.

<sup>30</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta.

<sup>31</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, s. 97



hyödykkeiden tuotanto- ja jakeluketjussa sekä sopijaosapuolien itsenäisenä toimijana toiminen.

Pääsääntöisesti yksipuoliset toimenpiteet jakeluketjussa eivät synnytä vertikaalisia sopimuksia, mutta ne voivat välillisesti muodostaa esimerkiksi vertikaalisia kilpailunrajoituksia jakeluketjussa toimiville yrityksille.<sup>32</sup>

### 3.2. Sallitut sopimusehdot vertikaalisissa sopimuksissa

Vertikaalisia sopimusehtoja synnyttäviä vertikaalisia sopimuksia voi olla sekä hyväksyttäviä että kiellettyjä.

*”Eri tuotanto- tai jakeluportaalla toimivien elinkeinonharjoittajien välisiä kilpailunrajoituksia kutsutaan vertikaalisiksi kilpailunrajoituksiksi. Ne voivat perustua sopimukseen tai yksipuolisiin toimenpiteisiin”<sup>33</sup>.*

Tärkeimpänä eriyttävänä tekijänä voidaankin pitää vertikaalisen sopimuksen sopimusehtojen kilpailunrajoitusten vaikutusta kilpailuun markkinalla.<sup>34</sup> Vertikaalisia kilpailunrajoituksia toteutettaessa sopijaosapuolet pyrkivät sopimaan esimerkiksi toimitusehdoista ja monista muista mahdollista kriteereistä, jotka ovat omiaan vaikuttamaan jakeluketjuun sekä kilpailuun markkinalla.<sup>35</sup>

Yritysten väliset vertikaaliset kilpailunrajoitukset voivat olla markkinoilla kilpailua edistäviä esimerkiksi sellaisissa tilanteissa, joissa lopputuotteet eivät ole keskittyneet ja markkinalla on laaja kilpailupohja eri valmistajien kesken. Tällöin vertikaaliset kilpailunrajoitukset voivat tarjota pitkäjänteisemmän sopimus pohjan tavarantoimittajalle ja

---

<sup>32</sup> Kuoppamäki, 2018, s.213

<sup>33</sup> Kuoppamäki, 2018, s.213

<sup>34</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, s. 101

<sup>35</sup> Kuoppamäki, 2018, s.214

jälleenmyyjälle, mikä välillisesti kannustaa panostamaan kyseiseen kaupankäyntiin. Ilman vertikaalisia kilpailunrajoituksia voi syntyä tilanteita, joissa yritysten olisi hankala luoda luotettavia ja pitkäjänteisiä jakeluketjuja, koska mahdollinen kilpailu rajoittaisi investointien mielekkyyttä jakeluketjuun.

Vertikaaliset kilpailunrajoitukset mahdollistavat kilpailua sellaisilla osa-alueilla, joilla aikaisemmin ei ole kilpailua välttämättä markkinalla ollut. Vertikaaliset kilpailunrajoitukset voivat tehostaa jakeluketjun toimintaa ja ohjata eri valmistajien toimintaa kehittämään ja kilpailemaan jakelukanavien avulla.<sup>36</sup> Tavallisesti yritykset saattavat haluta vaikuttaa jälleenmyyntiin välillisesti tai ostaja haluaa vaikuttaa tavarantoimittajaan välillisesti. Haluttuja vaikutuksia ovat esimerkiksi laatutason ylläpitäminen, tietty mielikuva tuotteesta tai muu vastaava merkittävä vaikutus, joka ei suoranaisesti vaikuta tuotteen loppuhintaan markkinalla tai hinnoitteluun. Sopimusosapuolissa yleisesti voidaankin havaita osapuoli tai osapuolia, joiden intresseinä on määritellä vertikaalisia kilpailunrajoituksia. Tällöin vastakkaisella osapuolella voi olla heikompi mahdollisuus vaikuttaa sopimuksen sisältöön.

Vertikaalinen kilpailunrajoitus voi palvella sopimusosapuolien intressejä, mikäli vertikaaliset kilpailunrajoitukset ovat luonteeltaan vaihdantaa edistäviä sopimuksia ja pitkäjänteisiä. Toisaalta vertikaalinen kilpailunrajoitusehto voi olla tarpeellinen osapuolelle ja ehdollinen sopimuksen syntymiselle.<sup>37</sup>

Vertikaalisten kilpailunrajoitusten ehtojen painottuminen voidaan jakaa valmistajan taikka tavarantoimittajan näkökulmaan ja ostajan näkökulmaan. Valmistaja ja tavarantoimittaja pyrkii varmistamaan mahdollisimman hyvän näkyvyyden tuotteille, minkä takia vertikaalisia rajoituksia voidaan hyödyntää esimerkiksi asettamalla ehtoja tuotteiden näkyvyydestä jakelijoilla. Jälleenmyyjällä tai hyödykkeiden ostajilla mahdollisena intressinä voidaan pitää laatua, määrää tai varmuutta toimituksista tulevaisuudessa.

---

<sup>36</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 215

<sup>37</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, s. 101

Tällöin voidaan luoda vertikaalisia kilpailunrajoitusehtoja sopimuksiin, jotka mahdollistavat ostajan tai jälleenmyyjän intressien täyttymisen.

Vertikaalisten rajoitusten positiivisiksi vaikutuksiksi voidaan käsittää pääsääntöisesti tilanteet, joissa kilpailu tehostuu ilman suoraan hintaan vaikuttavia ehtoja. Tällöin voi syntyä investointeja, joita ei syntyisi ilman vertikaalista toimintaa rajoittavia kilpailunrajoituksia. Mittakaavaedun hyödyntäminen vertikaalisia kilpailunrajoituksia hyödyntämällä voi esimerkiksi muodostaa tehokkaamman alueellisen mittakaavaetutilanteen tietyllä toimijalle. Mittakaavaedun saavuttamien kilpailua edistävien ja kuluttajia hyödyntävien intressien vuoksi voidaan mahdollisesti joissain tilanteissa puoltaa vertikaalisten kilpailunrajoitusten liittämistä sopimusehtoihin.<sup>38</sup>

### 3.3. Alihankintasopimukset

Vertikaalisten sopimusten kilpailunrajoitusten sallittavuuden tarkastelun kannalta alihankintasopimusta tarkastellaan pääsääntöisesti toimeksiantajan ja alihankkijan välillä olevasta sopimussyhteydestä. Pääsääntöisesti käyttörajoitukset toimeksiantajan ja alihankkijan välillä ovat sallittuja, kun ne liittyvät teknologiaan tai laitteisiin, jotka ovat välttämättömiä tuotteiden tuottamiselle.<sup>39, 40</sup> Tällaisia käyttörajoituksia ovat kieltä toimeksiantajan laitteita tai teknologiaa muiden kuin toimeksiantajan sopimuksen täyttämiseen ja antaa kyseistä teknologiaa tai laitteita muiden käyttöön. Alihankintasopimuksessa voidaan myös rajoittaa sopimuskaudella ja rajoitetusti sopimuskauden jälkeenkin mahdollisuutta toimittaa muille kuin toimeksiantajalle tuotteita, jotka on tuotettu käyttämällä toimeksiantajan laitteita tai teknologiaa.<sup>41, 42</sup>

---

<sup>38</sup> Kuoppamäki, 2018, s.215

<sup>39</sup> Oinonen, 2016, s.104–105

<sup>40</sup> Leivo et al., 2012, s.598

<sup>41</sup> Leivo et al., 2012, s.598

<sup>42</sup> Hemmilä, 2013, s.55

### 3.4. Edustusopimus

Edustusopimuksella tarkoitetaan kauppayhteyksissä käytettävien agenttien luomia sopimuksia. Edustusopimukset voivat tosiasiallisesti olla vertikaalisia sopimuksia kahden sopija osapuolen välillä, vaikkakin näennäisesti välillä on toinen osapuoli ja agentti.<sup>43</sup>

Agentti eli päämiehen sijasta toimivalla toimijalla voi tilanteen mukaan olla erilaisia vaikutuksia kilpailulainsäädännön tulkintaan. Tähän vaikuttaa pääsääntöisesti minkälainen suhde agentilla on päämieheen ja millaiset vastuut agentti ottaa kantaakseen sopimuksessa. Agentin vastuiden myötä muodostunut taloudellinen ja kaupallinen riski pääsääntöisesti määrittelee miten SEUT 101 artiklan kohdan 1 ja Kilpailulain 5 § voivat muodostaa sopimukselle laillisia esteitä.<sup>44</sup>

Päämiehen vastatessa kaikista taloudellisista ja kaupallisista riskeistä ei tule sovellettavaksi SEUT 101 artiklan kohta 1 ja Kilpailulain 5 §. Mikäli agentilla on kannettavanaan vastuita ja riskejä tulee tilannetta tarkastella uudelleen. Tarkastelussa nousee esille kolmen tyyppiset riskit:

- *”Ensinnäkin on riskejä, jotka liittyvät suoraan sopimukseen, jotka kauppaedustaja on tehnyt ja/tai neuvotellut päämiehen lukuun, esimerkiksi varaston rahoittamiseen liittyvät riskit.”*
- *”Toiseksi on riskejä, jotka liittyvät markkinakohtaisiin investointeihin. Tällaisia ovat investoinnit, jotka ovat tarpeen sen toiminnan hoitamiseksi, jota varten päämies on kauppaedustajan nimittänyt, eli ne ovat tarpeen, jotta kauppaedustaja voisi tehdä ja/tai neuvotella tietynlaisen sopimuksen. Tällaiset investoinnit (esimerkiksi polttoainetankit polttoaineen vähittäismyyntiä varten) ovat yleensä*

---

<sup>43</sup> Kuoppamäki, 2018, s.147

<sup>44</sup> Kuoppamäki, 2018, s.147

*kustannuksia, joita ei saada takaisin, sillä toiminnan loputtua investointia ei voida myydä tai käyttää muuhun toimintaan ilman suuria tappioita. ”*

- *”Kolmanneksi on riskejä, jotka liittyvät muihin toimintoihin, joita päämies edellyttää kauppaedustajan harjoittavan samoilla markkinoilla, joilla edustustoimintakin tapahtuu.”<sup>45, 46</sup>*

Merkityksellistä on, että päämieheen tulee kohdistua kaikki yllä mainitut taloudelliset ja kaupalliset riskit agentin sijasta, jotta SEUT 101 artikla kohta 1 kiellot eivät ole voimassa sopimusta tehdessä.<sup>47</sup>

Vaikkakin päämiehellä olisi listan mukaiset riskit kontollaan, voi siltikin tietyissä tilanteissa sopimukselle aiheutua riski SEUT 101 artikla kohdasta 1. Tällainen tilanne voi syntyä, mikäli edustussopimus muodostaa tilanteen, jossa on mahdollista syntyä tilanteita missä kilpailunvastainen toiminta helpottuu esimerkiksi yhteistyön lisääntyessä.<sup>48</sup>

---

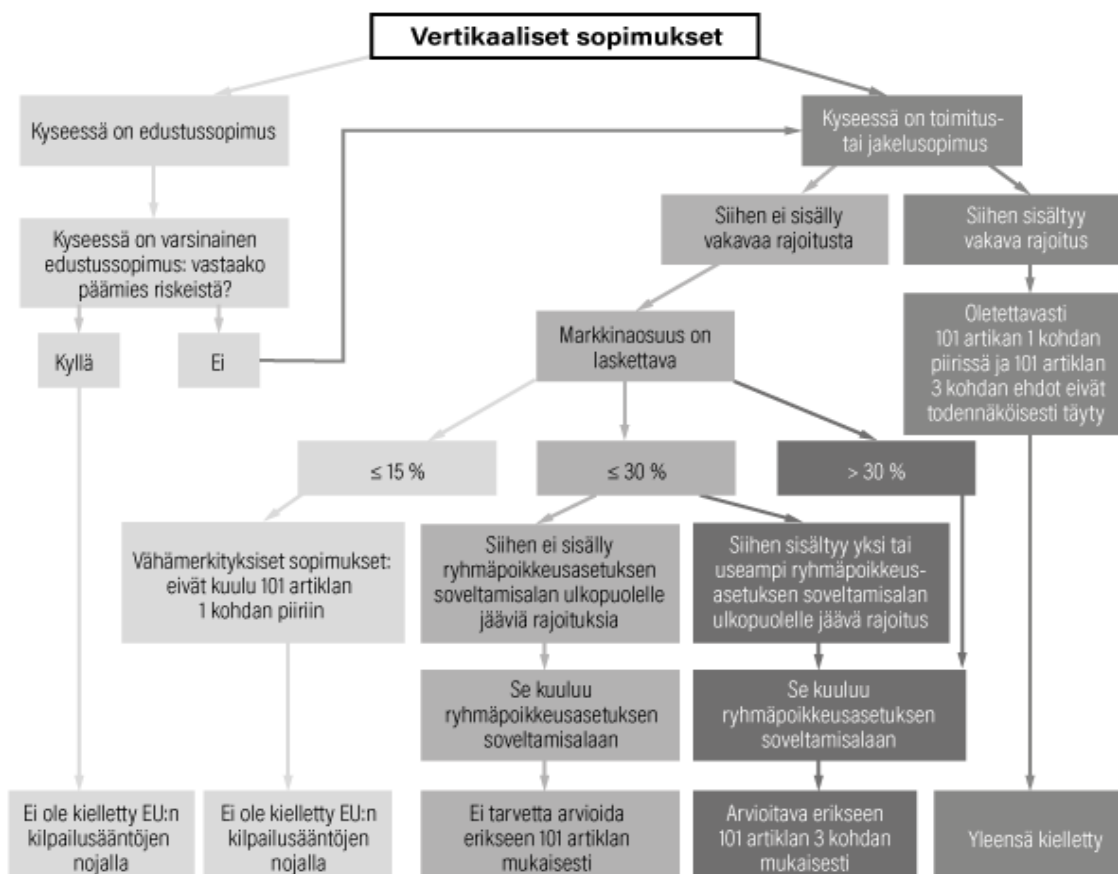
<sup>45</sup> Euroopan Komissio, 2012, Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka. s. 11

<sup>46</sup> Euroopan Komissio, 2012, Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka. s. 11

<sup>47</sup> Euroopan Komissio, 2012, Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka. s. 12

<sup>48</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 147

### 3.5. Ryhmäpoikkeusasetus vertikaalisissa sopimuksissa



Kuva1. Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt. (Lähde: Euroopan unionin julkaisutoimisto 2012, Luxemburg)

Vertikaalinen ryhmäpoikkeusasetus on pääpiirteittäin asetus, joka mahdollistaa EU:ssa toimivien yritysten ja yritysten yhteenliittymien vertikaalisia kilpailunrajoituksia sisältävät sopimukset tietyillä ehdoilla. Tämä sallii pääpiirteittäin siis vertikaaliset kilpailunrajoitukset ja sopimukset, joita ei ole nimenomaisesti kielletty.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Leivo et al., 2012, s.521

Ryhmäpoikkeusasetusta sovelletaan pääsääntöisesti kaikkiin vertikaalisiin sopimuksiin, mutta muutamia poikkeuksiakin on. Pääsääntöisenä liikevaihto raja-arvona ryhmäpoikkeusasetuksen soveltamiselle on se, että yksittäisen sopijaosapuolen kokonaisliikevaihdon tulee olla enintään 50 miljoonaa euroa.<sup>50</sup>

Pääsääntöisesti ryhmäpoikkeusasetusta ei sovelleta sellaisten kilpailijoiden kanssa, jotka toimivat samalla jakeluportaalla, sillä tällöin sovelletaan horisontaalisten sopimusten suuntaviivoja ja lainsäädäntöä. Tilanteesta kuitenkin on olemassa poikkeus, mikäli esimerkiksi osapuolet eivät tee samaa jakeluporrasta koskevaa sopimusta siten, että siitä syntyisi vastavuoroinen sopimus. Tässä tilanteessa sovelletaan ryhmäpoikkeusasetusta.<sup>51</sup> Tällä viitataan ryhmäpoikkeusasetuksen artiklaan 2 kohtaan 4, jossa määritellään ne ehdot, joista jommankumman edellytyksen täyttyessä, voidaan poikkeusta soveltaa, jos jokin muu kuin vastavuoroinen sopimus kilpailijoiden välillä tulee sovellettavaksi ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 2 kohdan 4 mukaisesti<sup>52</sup>. Ehdot ovat

*”a, toimittaja toimii tarjontaketjun varhaisemmalla tasolla valmistajana, maahantuojana tai tukkukauppiaana ja tarjontaketjun myöhemmällä tasolla tavaroiden maahantuojana, tukkumyyjänä tai vähittäismyyjänä, kun taas ostaja on maahantuojana, tukkumyyjä tai vähittäismyyjä tarjontaketjun myöhemmällä tasolla eikä kilpaileva yritys sillä tarjontaketjun varhaisemmalla tasolla, jolla se ostaa sopimuksessa tarkoitettut tavarat; tai*

*b, toimittaja on palveluiden tarjoaja usealla eri tarjontaketjun tasolla, kun taas ostaja tarjoaa palveluitaan vähittäistasolla eikä ole kilpaileva yritys samalla tarjontaketjun tasolla, jolla se ostaa sopimuksessa tarkoitettut palvelut.”<sup>53</sup>.*

---

<sup>50</sup> Asetus 2022/720 artikla 2 kohta 2

<sup>51</sup> Euroopan Komissio (2012) *Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka* s.14

<sup>52</sup> Asetus 2022/720 artikla 2 kohta 4

<sup>53</sup> Asetus 2022/720 artikla 2 kohta 4

Poikkeusta voidaan siis soveltaa, mikäli sopimus ei ole vastavuoroinen ja jompikumpi ehtolauseista täyttyy.

Vertikaalisilla sopimuksilla on kuitenkin mahdollista muodostaa sopimuksia, jotka rajoittavat kilpailua. Vertikaaliset sopimukset eivät itsessään välttämättä aiheuta sellaisia kilpailua heikentäviä tai haitallisia vaikutuksia, joita ei voitaisi sallia, mikäli sopimus täyttää SEUT 101 artikla 3 edellytykset. SEUT 101 artiklan yhtenä ulottuvuutena on ollut halu luoda rajoja ja sääntelyä vertikaalisiin sopimuksiin, jotta kilpailu ei heikentyisi.<sup>54</sup> Vertikaalisten sopimusten ja sopimuksien muodostamia kilpailunrajoituksia ja sopimussuhteita on mahdollistettu ryhmäpoikkeusasetuksella, jonka tarkoituksena on ollut huomioida osto- tai jakelusopimukset<sup>55</sup>. Ryhmäpoikkeusasetuksia on säädetty myös eriytettyihin omiin aloihinsa kuten moottoriajoneuvoalaan ja teknologia-alalle<sup>56</sup>.

Vertikaalisia sopimuksia ja kilpailunrajoituksia koskeva ryhmäpoikkeusasetus mahdollistaa vertikaaliset sopimukset pääsääntöisesti. Yhtenä pääasiallisena rajoittavana ehtona vertikaalisille kilpailua rajoittaville sopimuksille on ehto, ettei markkinaosuus kummallakaan sopijaosapuolella ole yli 30 prosenttia merkityksellisillä markkinanoilla.<sup>57</sup> Vertikaaliset sopimukset, joiden osapuolilla on pienempi markkinaosuus kuin mitä asetuksen 30 prosentin raja-arvo määrittää voidaankin pitää merkittävästi vapaammin toteutettavina<sup>58</sup>. Kuitenkaan tällaisiinkaan sopimuksiin ei voida sisällyttää sellaisia ehtoja, joita on niin kutsutulla ”mustalla listalla”<sup>59</sup>. Mustalla listalla tarkoitetaan ryhmäpoikkeusasetuksen vakavimmiksi katsottuja rajoituksia, jotka määritetään ryhmäpoikkeusasetuksen 4 artiklassa<sup>60</sup>. Vakavimpia kilpailunrajoituksia ja ryhmäpoikkeusasetuksen 4 artiklaa käsitellään tässä tutkielmassa jäljempänä.

---

<sup>54</sup> Suuntaviivat vertikaalisista rajoituksista 2022/C 248/01 kohdat 5–6

<sup>55</sup> Kuoppamäki 2018 s. 222

<sup>56</sup> Leoncioni ja Rautpalo, 2016, s. 101 sekä Raitio ja Tuominen, 2020, s.738

<sup>57</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 7

<sup>58</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 222

<sup>59</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 222

<sup>60</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 137



Tiivistetysti merkityksellinen markkinaosuus lasketaan vertaamalla tietyllä maantieteellisellä- ja tuotemarkkinalla olevan yrityksen liikevaihtoa markkinalla sekä markkinan myynnin kokonaisarvoa myyjän näkökulmasta. Ostajan näkökulmasta arvioidaan suhdetta markkinalla oleviin kokonaisostoihin ja ostajan tekemiin ostoihin markkinalla.<sup>61</sup>

Huomioitavalla 30 prosentin rajalla tarkoitetaan yleisesti ryhmäpoikkeusasetuksen soveltamisen ehtoa, jolla viitataan siis merkitykselliseen markkinaosuuteen<sup>62</sup>. Ryhmäpoikkeusasetuksen 2022/720 kohdassa 8 ja 9 sekä kyseisen asetuksen artikla 3 kohdassa 1 ilmaistaan hyvin, että mikäli vertikaalisen sopimuksen osapuolilla on merkityksellisistä markkinoista alle 30 prosentin markkinaosuus niin tällöin lähtökohtaisesti voidaan todeta vertikaalisen sopimuksen saavan ryhmäpoikkeusasetuksen edun. Edellyttäen ettei sopimuksessa ole vakavimpia kilpailunrajoituksia.<sup>63</sup> Ryhmäpoikkeusasetuksessa 2022/720 todetaan ettei yli 30 prosentin merkityksellisten markkinaosuuksien ylittävien sopijaosapuolten muodostamat vertikaaliset sopimukset saavuta sellaisia etuja, jotka pystyisivät muodostamaan kilpailulle aiheutuvan haitan tasausta<sup>64</sup>.

Ryhmäpoikkeusasetuksen mahdollistama 30 prosentin markkinaosuusraja suojaa välillisesti myös markkinoita liialliselta keskittymiseltä. Ryhmäpoikkeusasetuksella estetään, ettei yritykset tai yritystenyhteenliittymät muodostaisi välillisesti tai suoraan vertikaalisia sopimuksia, jotka ovat omiaan heikentämään kilpailua. Vertikaaliset sopimukset hyödyntäessään ryhmäpoikkeusasetusta sen asettamissa rajoissa, ovat luonnollisia sopimuskokonaisuuksia jakeluverkostoissa ja mahdollistavat tehokkaan sekä luotettavan kaupankäynnin yritysten välille. Pääsääntönä voidaan pitää niin sanottua *Safe harbour*-periaatetta. Tämä mahdollistaa yritysten tekemän vertikaalisia sopimuksia, mikäli osapuolten markkinaosuudet eivät ylitä 30 prosenttia merkityksellisestä markkinasta<sup>65</sup>.

---

<sup>61</sup> Euroopan Komissio (2012) *Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka* s.17

<sup>62</sup> Asetus 2022/720 artikla 3 kohta 1

<sup>63</sup> Asetus 2022/720 kohta 8 sekä artikla 3 kohta 1

<sup>64</sup> Asetus 2022/720 kohta 9

<sup>65</sup> Kuoppamäki, 2018, s. 222

### 3.6. Kielletyt vertikaaliset sopimukset

Kielletyt vertikaalisten sopimuksien vertikaalisia kilpailunrajoituksia muodostavat sopimusehdot tarkoittavat vertikaalisia sopimuksia, joissa pyritään heikentämään suoraan tai välillisesti markkinoilla vallitsevaa kilpailutilannetta. Samalla vertikaalisia kilpailunrajoituksia tavoittelevat yritykset pyrkivät omaan taloudelliseen hyötyyn hyödyntämällä muita yrityksiä, joilla ei ole päätäntävaltaa suoraa tiettyyn markkinatekijään kuten hintaan tai ostajan kauppaketjuun. Tällöin sopimukset täyttävät SEUT 101 artiklan 1 kohdan mukaisesti kielletyn sopimuksen piirteet. Kyseiset sopimukset ovat SEUT 101 artiklan 2 kohdan perusteella mitättömiä.

Vakavimmiksi katsotut rajoitukset ryhmäpoikkeusasetuksen 4 artiklassa ovat kiellettyjä. Jos yksikään vakavimmiksi katsotuista kilpailunrajoituksista esiintyy vertikaalisissa sopimuksissa, voidaan todeta, ettei sopimus saavuta ryhmäpoikkeusasetuksen antamaa suojaa.<sup>66</sup> Tällöin myöskään markkinaosuuden koko ei ole enää merkityksellinen tekijä arvioinnissa eikä sopimusta voida pitää vähämerkityksellisenä<sup>67</sup>. Vakavimmat kilpailunrajoitukset ovat listattuna ryhmäpoikkeusasetuksen 2022/720 artiklaan 4 a-f, jotka poistavat ryhmäpoikkeusasetuksen edun. Alla olevassa esimerkin a kohdassa on määritelty vakavimmaksi kilpailunrajoitukseksi:

- a. *"rajoittaa ostajan mahdollisuutta määrittää myyntihintansa, tämän kuitenkaan rajoittamatta toimittajan mahdollisuutta asettaa enimmäismyyntihinta tai suositella myyntihintaa, edellyttäen, että nämä eivät johda kiinteään tai vähimmäismyyntihintaan jonkin*

---

<sup>66</sup> Asetus 2022/720 artikla 4

<sup>67</sup> Leivo et al., 2012, s.483

*sopimuspuolen käyttämän painostuksen tai tarjoamien kannustimien vuoksi”<sup>68</sup>.*

Pääsääntöisesti vakavimmat kilpailunrajoitukset, koskevat kaikkia vertikaalisia sopimuksia oli osapuolten markkinaosuus prosentti mikä tahansa. Tällöin niin sanottu 30 prosentin raja-arvo ei vapauta osapuolia kilpailua rajoittavan sopimuksen kiellosta.<sup>69</sup>

Yritysten tai yritysyhteenliittymien muodostaessa välillensä sopimuksia tai yhteisymmärrystä tulee huomioida SEUT 101 artiklan kohta 1 ja kohta 3 eli ryhmäpoikkeusasetus. Tällöin sopijaosapuolien tulee tarkastella omia markkinaosuuksiansa ja sopimuksen ehdotettuja sisältöjä välttyäkseen tilanteilta, joissa sopimuksissa sovellettaisiin ehtoja, jotka on määritelty ryhmäpoikkeusasetuksen 2022/720 artikla 4 mukaan vakaviksi kilpailunrajoituksiksi. Mikäli yritys tai yritysyhteenliittymä toteaa mahdollisissa vertikaalisissa sopimuksissa olevan kilpailunrajoituksia, jotka kuuluvat kokonaisuudessaan ryhmäpoikkeusasetuksen soveltamisalaan ja vastaavat ryhmäpoikkeusasetuksen ehtoja, voidaan sopimus toteuttaa vertikaalisilla kilpailunrajoitusehdoilla.

### **3.7. De minimis -periaate**

De minimis -periaatteellisilla sopimuksilla tarkoitetaan vertikaalisissa sopimuksissa sopimuksia, joiden kilpailuoikeudellinen kilpailunrajoitus tai sellaisen olemassaolo on vähämerkityksellistä tai merkityksetöntä kilpailuoikeuden näkökulmasta. Tällöin sopimuksen tekijäosapuolten tulee täyttää tiettyjä kriteereitä, jotta sopimukseen voidaan soveltaa de minimis -periaatetta. De minimis -periaatteella tarkoitetaan tilanteita, joissa sopimus ei välttämättä täytä SEUT 101 artiklan 3 kohdan edellytyksiä<sup>70</sup>.

---

<sup>68</sup> Asetus 2022/720 artiklan 4 a kohta

<sup>69</sup> Euroopan Komissio, 2012, *Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka*. s.15

<sup>70</sup> Parenti, 2021, kohta A.

Komission tiedonannossa koskien de minimis -sopimuksia pyritään luomaan mahdollisuus sallia kilpailuun vähäisesti vaikuttavia sopimuksia, joka mahdollistaa toimivamman sopimuskulttuurin. Tämä ei sinällään estä siis SEUT 101 mukaan toimivaa kilpailua rajoittavien sopimuksien kieltämistä. De minimis -periaatteella, eli vähämerkityksisten sopimuksien periaatteella tarkoitetaan sopimuksia, jotka jo perusluonteeltaan eivät aiheuta merkittävää kilpailun estämistä tai kilpailun rajoittamista sisämarkkinoilla. Toisin sanoen komission tiedoksi ei koske sopimuksia, joiden pääasiallisena tarkoituksena on toimia kilpailuoikeudellisesti kilpailua rajoittavina sopimuksina sisämarkkinoilla.<sup>71</sup>

Komission de minimis -tiedonannossa eli vähämerkityksisten sopimuksien tiedonannossa muodostetaan myös pääsääntöiset raja-arvot, joiden mukaan vertikaaliset sopimukset yritysten välillä eivät aiheuta merkittävää kilpailunrajoitusta SEUT 101 artiklan 1 mukaisesti<sup>72</sup>. Raja-arvojen muodostumisessa merkityksellisenä erottelevana seikkana on se, että ovatko osapuolet markkinalla olevaan kilpailuun vaikuttavia yrityksiä. Tämän lisäksi merkityksellinen erotteleva seikka on se, että onko osapuolten välisillä sopimuksilla kumulatiivisia vaikutuksia merkityksellisillä markkinoilla siten, että merkityksellisten markkinoiden kilpailunrajoitus kertaantuu useilla sopimuksilla.<sup>73</sup>

Kilpailuun vaikuttavien yritysten väliset vertikaalisten sopimuksien ei katsota olevan pääsääntöisesti SEUT 101 artiklan 1 kohdan vaikutuspiirissä tilanteissa, joissa jollain osapuolella merkityksellinen markkinaosuus ei ylitä 10 prosenttia ja tällöin sopimusta voidaan pitää vähämerkityksellisenä<sup>74</sup>.

---

<sup>71</sup> Tiedonanto vähämerkityksistä sopimuksista, jotka eivät Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 1 kohdassa tarkoitettulla tavalla rajoita tuntuvasti kilpailua (de minimis -tiedonanto) 2014/C 291/01 kohta 2.

<sup>72</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 8

<sup>73</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 10

<sup>74</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 8 a

Sopimosapuoliin, jotka eivät ole toistensa kanssa kilpailevassa toiminnassa merkityksellisellä markkinalla sovelletaan vähämerkityksellisten sopimuksien kynnyisarvoa merkityksellisestä markkinaosuudesta, joka ei ylitä 15 prosenttia<sup>75</sup>.

Mikäli sopimuksen arvioinnista ei tule selkeää määrittelyä ovatko osapuolet merkittävällä markkinalla keskenään kilpailevia toimijoita vai eivät niin tällöin sovelletaan 10 prosentin raja-arvoa<sup>76</sup>.

Raja-arvo alennetaan 5 prosenttiin mikäli kilpailua rajoittavat sopimukset muodostavat kumulatiivisesti vaikutusta eli esimerkiksi muodostuu ”sopimusten rinnakkaisten verkostojen kumulatiivinen markkinoilta sulkeva vaikutus”<sup>77</sup>. Tällöin ei huomioida onko osapuolet toistensa merkittävien markkinoiden kilpailijoita vaiko eivät. Mikäli osapuolilla on merkityksellisistä markkinoista alle 5 prosentin markkinaosuudet ei sopimuksen katsota muodostavan kumulatiivisia merkittäviä negatiivisia markkinoilta sulkemisvaikutuksia.<sup>78</sup> Mikäli osapuolten merkittävien markkinaosuuksien katsotaan olevan alle 30 prosenttia merkittävien markkinaosuuksista niin tällöin ”markkinoilta sulkevan vaikutuksen olemassaolo on epätodennäköistä”<sup>79</sup>. Tilanteessa siis on epätodennäköistä, että markkinoilta sulkevaa vaikutusta syntyy, mikäli molemmat osapuolet ovat merkityksellisiltä markkinaosuuksiltaan alle 30 prosenttia. Vähämerkitykselliseksi sopimukseksi katsotaan kuitenkin sellaiset sopimukset, jotka täyttävät komission tiedoksiannon mukaisesti kohdan 8, 9 tai 10 kriteerit.

---

<sup>75</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 8 b

<sup>76</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 9

<sup>77</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 10.

<sup>78</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 10.

<sup>79</sup> Komission tiedonanto 2014/C 291/01 kohta 10.

### 3.8. Horisontaalisten kilpailunrajoitusten yhteys vertikaalisiin kilpailunrajoituksiin

Horisontaaliset kilpailunrajoitukset ovat pääsääntöisesti vakavimpia kilpailunrajoituksia ja ovat Euroopan unionin kilpailulainsäädännössä pääsääntöisesti kiellettyjä. Horisontaalisia kilpailunrajoituksia saatetaan myös nimittää kartelleiksi, vaikka horisontaalisia yhteistoiminnan muotoja on monia. Kartellilla tarkoitetaan järjestelyä, jolla yritykset yhteisessä ymmärryksessä, useimmiten samalla jakeluportaan tasolla, pyrkivät omien etujensa mukaisesti rajoittamaan keskinäistä kilpailua ja estää muita kilpailevia yrityksiä tulemasta markkinalle<sup>80</sup>.

Pääsääntöisesti horisontaalisia ja vertikaalisia kilpailunrajoituksia katsotaan erillisinä asioina. Kuitenkin on tilanteita, joissa saattaa olla vaikeaa hahmottaa kumpi kilpailunrajoitustyyppi on kyseessä. Tällöin on merkityksellistä pyrkiä selvittämään, miten toimitusketjun rakenne todella toimii. Mentula on kirjassaan *Kartellit* (2002) antanut hyvän esimerkin tilanteesta, jossa mahdollista yhteyttä vertikaalisten ja horisontaalisten kilpailunrajoitusten kesken on.

*”Esimerkiksi kaksi valmistajaa voivat keskenään sopia siitä, että ne antavat tuotteidensa jakelun samalle jälleenmyyjälle välttääkseen hintakilpailun.”<sup>81</sup>*

Pääsääntöisesti tämän kaltaisiin tilanteisiin viranomaistahot voivat soveltaa horisontaalisia kilpailunrajoituksia koskevia kartellisäännöksiä.<sup>82</sup>

Mikäli yrityksiä epäillään horisontaalisesta yhteistyöstä, on myös tavallista, että yrityksen saattavat pyrkiä puolustautumaan perustelemalla toiminnan olleen vertikaalista

---

<sup>80</sup> Kanninen & Määttä, 2001, s.30

<sup>81</sup> Mentula, 2002, s.61–62

<sup>82</sup> Mentula, 2002, s.62

yhteistyötä eikä niinkään horisontaalista yhteistyötä tai horisontaalisen kilpailunrajoituksen luomista markkinalle.<sup>83</sup>

Vertikaalisissa sopimuksissa voidaan toimitus- ja jakeluketjussa hyödyntää useimmiten ostosopimuksia. Ostosopimuksissa kuten muissakin vertikaalissa toimitus- ja jakelusopimuksissa on pääsääntöisesti kyse vertikaalisesta sopimuksesta. Ostosopimuksia voi kuitenkin yhdistää esimerkiksi yhteisostosopimukseksi, jolloin siihen liittyy mahdollisesti myös horisontaalisia piirteitä. Tällöin yhteisostosopimusta arvioidaan kaksivaiheisella analyysillä. Ensin arvioidaan yhteisostosopimuksen horisontaalisia vaikutuksia ja yritysten välisiä suhteita. Mikäli tämä katsotaan hyväksyttäväksi eikä kilpailua rajoittavia merkittäviä vaikutuksia löydy, niin seuraavaksi arvioidaan yhteisostosopimuksen vertikaalisia vaikutuksia vertikaalisten rajoitusten pohjalta.<sup>84</sup>

Toimialajärjestöjen toiminta on pääsääntöisesti hyväksyttävää kilpailulainsäädännön kannalta, kun niiden toiminnan tarkoitus on edistää alan tiedon kehitystä ja kilpailun tehostumista kilpailulainsäädäntöä noudattaen. Kuitenkin on tärkeää, että toimialajärjestöt kiinnittävät huomiota toimintansa aiheuttamiin kilpailua rajoittaviin piirteisiin. Tällainen tilanne voi syntyä, mikäli toimialajärjestön toiminta edistää mahdollisuuksia horisontaalisiin sopimuksiin. Kynnys kilpailunvastaiselle toiminnalle voi madaltua merkittävästi toimialajärjestöjen yhteisöllisyyden tuoman tiedonvaihdon yhteydessä, koska saman alan toimijat kokoontuvat samaan organisaatioon.<sup>85</sup> Toki kilpailulainsäädäntö ei ole este hyväksyttävälle edunvalvonnalle.

### **3.9. Toimitus- ja jakelusopimuksien vaikutus arvonluontiketjuihin ja kuluttajiin**

Yritysten arvoluontiketjuihin kuuluu tiiviisti erilaiset vertikaaliset sopimukset, joilla mahdollistetaan tuotteiden taikka palveluiden lisäarvon tuottaminen ja sen kaupallistaminen

---

<sup>83</sup> Mentula, 2002, s.62

<sup>84</sup> Oinonen, 2016, s.78

<sup>85</sup> Oinonen, 2016, s.96–97

kuluttajille tai asiakkaille. Pääsääntöisesti yritykset toimivat verkottuneessa yrityskentässä, jossa on useita eri toimijoita samanaikaisesti pyrkien jokainen tuottamaan arvonlisää omalla portaallaan.<sup>86</sup> Kokonaisuudessaan vertikaaliset sopimukset mahdollistavat yritysten toiminnan keskenään ja kilpailulainsäädäntö mahdollistaa kuluttajille luottamuksen reilun kilpailun toteutumiseen. Tällöin markkinavoimat toimivat tehokkaasti ja luotettavasti tuottaen laadukkaita ja kuluttajien edun kannalta edullisia tuotteita ja palveluita.

### 3.9.1. Liitännäisyys kuluttajansuojalainsäädäntöön

Kuluttajansuojan tuotteiden virheettömyydestä suhteessa jälleenmyyjien virhevastuuseen, säädetään kuluttajansuojalaki 38/1978 § 16, jäljempänä kuluttajansuojaL. Vertikaalisten toimijoiden ja heidän välisiensä sopimusten merkitys korostuu kuluttajansuojalainsäädännössäkin virheiden korjauksien kannalta. Kuluttajansuojalainsäädännössä pyritään suojaamaan kuluttajanoikeuksia jälleenmyyjien ja valmistajien toiminnalta tai tuotteilta tilanteissa, jolloin kuluttajalla on esimerkiksi viallinen tuote.<sup>87, 88, 89</sup>

Pääsääntöisesti kuluttajalla on oikeus palauttaa tuote jälleenmyyjälle, jolta kuluttaja on tuotteen ostanut. Kuitenkin valmistajalla on myös tuotteesta virhevastuu. Tällaisessa tilanteessa selkenee kuluttajien ja yritysten arvoluontiketjujen vertikaalisten sopimusten vaikutus toisiinsa. Tällöin toki nousee esille myös vastuukysymykset. Pääsääntöisesti esimerkiksi valmistajan takuun tai virheen mukaiset palautukset tai korjaukset voidaan toteuttaa jälleenmyyjän toimitusketjujen kautta yritysten vertikaalisten sopimuksen mukaisesti. Tällöin valmistaja hyödyntää jakeluketjussaan olevia yrityksiä toteuttaakseen valmistajan takuun tai virheen alaisia toimenpiteitä. Jälleenmyyjän ja valmistajan välinen

---

<sup>86</sup> Peltola, Neilimo, Mitronen & Kuusela 2022 s. 186

<sup>87</sup> KuluttajansuojaL § 16

<sup>88</sup> Peltonen & Määttä 2015 s.327

<sup>89</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta.



takuuverkosto ei ole sääntö, mutta kuluttajalla on oikeus aloittaa asian käsittely jälleennyymyjän kanssa, jolta kuluttaja on tuotteen hankkinut.<sup>90,91</sup>

---

<sup>90</sup> Peltonen & Määttä 2015 s.327

<sup>91</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta.

## 4. Vertikaalisten sopimuksien kilpailunrajoitukset ja rajoituskiellot

Vertikaalissa sopimuksissa kilpailunrajoituksilla ja rajoituskielloilla tarkoitetaan rajoituksia, joita neuvotellaan toimitusketjusopimuksissa ja vertikaalisissa sopimuksissa. Pääsääntöisesti jakeluketjun aikaisemmalla portaalla olevan toimijan tarkoituksena on pyrkiä vaikuttamaan myöhemmällä jakeluketjun portaalla olevan toimijan toimintaan välillisesti tai suoraan vaikuttaen tuotteiden tai palveluiden myynnin toimintaan tai markkinointiin. Pääsääntöisesti kilpailulainsäädännössä pyritään tarkastelemaan vaikuttavakko kilpailunrajoitukset kielteisesti markkinan terveeseen kilpailuun hyödyttäen kuluttajia tai loppukäyttäjiä.

### 4.1. Määrä hinnoittelu

Määrä hinnoittelulla tarkoitetaan eri jakeluketjun tasoilla toimivien yritysten välistä hinnoitteluprosessia, jossa toinen yritys pyrkii määrittämään suoraan tai epäsuorasti tietyn tai tiettyjen hyödykkeiden taikka palveluiden hintoja omien intressiensä saavuttamiseksi. Pääsääntöisesti tällaisia tilanteita syntyy esimerkiksi valmistajan ja tukku- tai vähittäismyyjän välille.<sup>92</sup>

Määrä hinnoittelulla tarkoitetaan pääsääntöisesti hyödykkeen hintaa taikka palvelun hintaa. Kuitenkin sillä voidaan tarkoittaa myös tiettyä alennusta tai alennuksen enimmäismäärää, joka tuotteella voi olla<sup>93</sup>. Molempia näitä yhdistää jakeluketjussa toisen yrityksen tarve tai intressi kontrolloida välillisesti tuotteiden hintoja esimerkiksi sopimuksilla taikka muulla tavalla, joka mahdollisesti aiheuttaa kilpailun vääristymiä ja loppujen lopuksi mahdollistaa kilpailutehokkuuden heikkenemistä.

---

<sup>92</sup> Kuoppamäki, 2018, s.226

<sup>93</sup> Kuoppamäki, 2018, s.227

#### 4.1.1. Alimman sallitun hinnan tai kiinteän hinnan asettaminen

Pääsääntöisesti alimman sallitun hinnan asettamista tällaisessa määrähintamenettelyssä tulkitaan ankarampana tekona, kuin ylimmän hinnan asettamista.<sup>94</sup> Molemmissa kuitenkin on omia poikkeuksia, joihin eri tilanteissa niihin voidaan ryhtyä.

Alinta sallittua hintaa koskeva määrähinnoittelu on pääsääntöisesti kiellettyä, kuitenkin pois lukien tilanteet, joissa alimman sallitun hinnan asettaminen täyttää SEUT 101 artiklan 3 kohdassa asetetut poikkeusedellytykset<sup>95</sup>. Alimman sallitun hinnan lisäksi kiinteän myyntihinnan asettamista voidaan pitää vakavana kilpailunrajoituksena<sup>96</sup>.

Alimman sallitun hinnan määräämiseen voidaan myös rinnastaa välillinen vaikuttaminen vähimmäishintatasoon eri välillisillä vaikutustavoilla. Tällaisia tilanteita voi syntyä esimerkiksi, kun valmistaja tai toimittaja jakeluportaan aikaisemmalla portaalla pyrkii sopimaan jakelukatteesta taikka enimmäisalennuksesta, jonka asiakkaat voisivat saada. Tällöin välillisesti syntyisi tietty vähimmäishintataso välillisesti jakeluketjussa, mikä voidaan tulkita vakavana kilpailunrajoituksena.<sup>97</sup>

Välillistä alimman sallitun hinnan asettamista voidaan tarkastella myös korvaamalla myynninedistämiskustannuksia tai antamalla näistä kustannuksista alennusta. Samalla kannustaen jälleenmyyjää noudattamaan tiettyä hintatasoa markkinalla. Valmistajat voivat myös pyrkiä valvomaan markkinalla toteutuvaa hintatasoa eri jälleenmyyjillään esimerkiksi hintaseurantajärjestelmän kautta. Samalla voidaan velvoittaa jälleenmyyjä ilmoittamaan muiden jälleenmyyjien toiminnasta, mikäli ne pyrkivät myymään tuotteita tai palveluita poiketen hintatasosta. Tällaiset tilanteet aiheuttavat merkittävää hinnan muodostumisen rajoittumista markkinalla mikäli valmistaja taikka toimittaja pyrkii

---

<sup>94</sup> Oinonen, 2016, s.106

<sup>95</sup> Kuoppamäki, 2018, s.226

<sup>96</sup> Leivo et al., 2012, s.485

<sup>97</sup> Leivo et al., 2012, s.485

ohjaamaan tuotteillaan alimman sallitun hintatason, joka on vakava kilpailunrajoitus. Tähän saattaa liittyä myös välillisesti yritysten sopimuksien kautta muodostettu suorainen tai välillinen sanktiomenettely tai sen uhka. Sanktioina voivat olla esimerkiksi sopimussakot, viivästykset tai sopimuksen irtisanomiset. Sanktioita voi kuitenkin olla sopimuksesta riippuen hyvin monia erilaisia ja niiden kaikkien pääsääntöinen tarkoitus on määrittää markkinalla olevaa hintatasoa välillisesti tai suoraan.<sup>98</sup> Mikäli toiminnan tarkoituksena on määrittää alin sallittu hintataso markkinalla, on se lähtökohtaisesti kielletty vakava kilpailunrajoitus.

Alimman sallitun hinnan tai kiinteän hinnan asettaminen aiheuttaa kilpailua rajoittavia mekanismeja monissa eri muodoissa. Yksinkertaisesti määrätty alin sallittu hintataso voi suoraan johtaa kuluttajien hintatason nousuun, kun markkinalla olevat jälleenmyyjät eivät voi normaalin markkinakilpailun mukaisesti alentaa hintojaan. Tämä voi johtaa siihen, että syntyy niin sanottua hiljaista kolluusiota tai jopa kartelleja jälleenmyyjien kesken, kun yhteisesti jälleenmyyjät pyrkivät saamaan toimittajat tai valmistajat suostumaan tiettyyn määrähintaan toimitusketjussa. Tämä vähentää merkittävästi tai jopa poistaa jälleenmyyjien intressiä jälleenmyyjien väliseen hintakilpailuun markkinalla. Tällöin vahvat jälleenmyyjät hyötyvät tilanteesta merkittävästi. Myös tehokkaampien ja edullisempien jälleenmyyjien markkinalle tulo voi vaikeutua, koska markkinalla oleva määrä hinta rajoittaa edullisempaan hintaan pohjautuvan liiketoimintastrategian toteuttamista samalla markkinalla.<sup>99, 100</sup>

Valmistajan ja toimittajan näkökulmasta alin sallittu hintataso tai kiinteä hintataso voi vähentää kilpailua oligopolistisilla markkinoilla, kun määritelty määrä hinta antaa mahdollisuuden eri toimijoille havaita hinnanalennuksia. Pääsääntöisesti toki jälleenmyyjien hinnoista pystyy helpommin havaitsemaan alimman sallitun hintatason tai hintojen muutoksen, mutta välillisesti tukku- tai valmistajien hintojen havaitseminen on

---

<sup>98</sup> Leivo et al., 2012, s.485–486

<sup>99</sup> Leivo et al., 2012, s.486–488

<sup>100</sup> Kuoppamäki, 2003, s.506

mahdollista. Tämä mahdollistaa myös valmistajien välillä olevia kolluusio vaikutuksia. Pääsääntöisesti tämä tarkoittaa myös sitä, että mikäli toimittaja tai valmistaja poikkeaa kolluusiosta antamalla jälleenmyyjälle hiljaista hinnanalennusta ei jälleenmyyjä voi viedä tätä hinnanalennusta jälleenmyyntihintoihin lisäämään kappalemääräistä myyntiä.

Tilanne, jossa jakeluketjussa on vain harva tai vain yksi valmistajien tuotteiden jakelija voi valmistajien välinen hintakilpailu rajoittua merkittävästi, mikäli jakelija sopii määrähinnasta valmistajien kesken. Vastaavasti mikäli valmistajalla tai toimittajalla on merkittävä markkinavoima markkinalla voi se pyrkiä ohjaamaan jälleenmyyjään tai jakeluketjussa myöhemmällä portaalla olevia toimijoita kohdistamaan myyntiresurssejaan valmistajan tai toimittajan tuotteisiin enemmän kuin muihin kilpailijoihinsa. Tämä toimintatapa yhdistettynä määrähintaan minkä valmistaja tai toimittaja sopii jälleenmyyjänsä kanssa, voi merkittävästi parantaa valmistajan tai toimittajan voittomarginaalia samalla rajoittaen kilpailua kilpailevilta toimijoilta sekä mahdollisesti sulkea pienempiä valmistajia tai toimittajia jakeluketjusta ja kilpailusta.<sup>101, 102</sup>

Alimman sallitun hinnan tai kiinteän hinnan määrittämisessä täytyy huomioida myös neuvottelukumppaneiden neuvotteluvoima ja millainen hyöty järjestelystä on osapuolille. Pääsääntöisesti kummankin jakeluketjussa toimivan toimijan tulee käsittää tilanne olevan edullinen heidän kannaltaan paitsi tilanteissa, joissa neuvottelukumppanin neuvotteluvoima on merkityksellinen tekijä, joka pakottaa suostumaan menettelyyn. Yhteisesti sovittu tai toisen osapuolen määräämä hintataso myös mahdollistaa valmistajan tai toimittajan valvomisen hintakartellissa jälleenmyyjänsä kesken ja samalla mahdollistaa jälleenmyyjänsä seuraavan toisten jälleenmyyjien toimintaa.<sup>103</sup>

---

<sup>101</sup> Leivo et al., 2012, s.487–488

<sup>102</sup> Kuoppamäki, 2003, s.505

<sup>103</sup> Kuoppamäki, 2003, s.506

#### 4.1.2. Tehokkuuspuolustus

Alimman sallitun hinnan ja kiinteänhintatason asettamisen kiellolle on olemassa SEUT 101 artikla 3 kohdan mukaiset edellytykset tehdä poikkeus. Tätä pidetään niin sanottuna tehokkuusetujen puolustuksena<sup>104</sup>. Pääsääntöisesti tämä tarkoittaa yksittäistapauksissa tehtävää arviointia sopimuskohtaisesti sopimuksen kilpailua rajoittavista piirteistä sekä kokonaisvaltaisesta vaikutuksesta kilpailuun sekä hintatasoon. Tällöin pääsääntöisesti ei voida suoraan vedota SEUT 101 artiklan 1 kohdan vastaisuuteen vaan täytyy ensin arvioida kilpailun vastaiset vaikutukset.<sup>105</sup>

Pääsääntöisesti arvioinnissa tarkastellaan tehokkuushyötyjen kokonaisuutta suhteessa kilpailua rajoittaviin tekijöihin. Tällöin pitää tehokkuushyötyjen olla suurempia kuin mitä kielteiset vaikutukset ovat kilpailua rajoittaviin määrä- tai vähimmäishinnan aiheuttamiin kilpailunrajoituksiin.<sup>106</sup>

Määrähinnan asettamista voidaan pyrkiä puolustamaan perustelemalla määrähinnan vaikuttavan esimerkiksi uuden tuotteen jälleenmyyjille syntyvään kannustimeen markkinoida ja myydä uutta tuotetta. Tällöin uuden tuotteen tuleminen markkinoille tällaisella määrähinnoittelumekanismilla olisi jälleenmyyntimarkkinoilla kuluttajien etua edistävä vaikutus.<sup>107</sup>

Määrähinnoittelumekanismilla voidaan pyrkiä myös vaikuttamaan vapaamatkustajaongelmaan. Vapaamatkustajaongelma tarkoittaa tilannetta, jossa osa vertikaalisen jakelusopimuksen tai muun sopimuksen hyödyistä päättyy kolmannelle osapuolelle ilman

---

<sup>104</sup> Leivo et al., 2012, s.486

<sup>105</sup> Leivo et al., 2012, s.486

<sup>106</sup> Leivo et al., 2012, s.486

<sup>107</sup> Leivo et al., 2012, s.488

osallistumista kustannuksiin, esimerkiksi kilpailijalle.<sup>108,109</sup> Sopimusosapuolille tai toiselle osapuolelle saattaa olla merkityksellistä välttää tilannetta, jossa heidän kilpailijansa saisi ylimääräistä etua vapaamatkustamisesta heidän kustannuksellaan<sup>110</sup>. Vapaamatkustamisongelmaan voidaan pyrkiä saamaan ratkaisua määrähinnan asettamisella, mikäli oletetaan määrähinnan tarjoavan ylimääräistä voittomarginaalia ja se mahdollistaa todellisen myynninedistämisen tarjoamisen sekä myynninedistäminen lisää kuluttajien kokonaisvaltaista etua. Pääsääntöisesti kuitenkin muut vertikaaliset kilpailunrajoitukset voivat olla tehokkaampia keinoja vapaamatkustajaongelman ratkaisuun kuten esimerkiksi alueellinen yksinmyyntioikeus.<sup>111</sup>

Alimman sallitun hinnan tai kiinteän hinnan asettamiseksi voidaan katsoa myös franchise-tyyppisten toimijoiden yhteistä toimintaa tai emoyhtiön toimintaa, jossa pyritään määrittämään esimerkiksi uudelle tuotteelle alennuskampanja. Tällainen lyhytaikainen määrähinnan asettaminen voidaan siis pyrkiä perustelemaan kampanjan pohjalta, mutta pääsääntöisesti tälle löytyy sallittavampi metodi eli asettamalla enimmäishintataso.<sup>112</sup>

Pääsääntöisesti ylimmän hinnan asettaminen on sallittua, kuitenkin sopimusosapuolilla ei saa tällöin olla merkityksellisistä markkinoista yli 30 prosenttia hallinnassaan. Vaikka-kin toimijoilla olisi korkeampi prosentti kuin 30, on mahdollista erityisiin syihin vedoten asettaa ylin hinta, jolloin näiden syiden tulee perustua tehokkuuteen ja lain suuntaviivojen noudattamisessa annettuihin tavoitteisiin.<sup>113</sup>

Määrähinnoittelussa hankalaa on määritellä mikä todellisuudessa on määrätty hinta ja mikä on hintasuositus. Mikäli määrähinta on vain hintasuositus, tulee sen olla vilpittömässä mielessä suositus eikä se saa velvoittaa osapuolia toimiin. Siitä ei saa seurata

---

<sup>108</sup> Leivo et al., 2012, s.466 & 488–489

<sup>109</sup> Kuoppamäki, 2003, s.506

<sup>110</sup> Leivo et al., 2012, s.466

<sup>111</sup> Leivo et al., 2012, s.488–489

<sup>112</sup> Leivo et al., 2012, s.488

<sup>113</sup> Kuoppamäki, 2018, s.226

seuraamuksia taikka sanktioita, mikäli sitä ei jompikumpi osapuoli noudata.<sup>114</sup> Jälleenmyyjälle ohjeistettu suositushinta eli niin sanottu ohjevähittäishinta voi johtaa tosiasiallisesti vähimmäishinnan tai kiinteänhinnan muodostumiseen, mikäli useat jälleenmyyjät toimivat valmistajan tai toimittajan hintasuosituksen mukaisesti. Tämä taas voi helpottaa jälleenmyyjä mahdollisesti alkamaan toimia horisontaalisen kilpailunvastaisen yhteistyön kaltaisesti. Tällöin tilanne voi johtaa kilpailunrajoitukseen, joka taas ei ole enää sallittavaa markkinatilanteessa. Toki suositushintojen käyttäminen voi lisätä läpinäkyvyyttä markkinoilla hinnanmuodostumisesta.<sup>115</sup>

Määrähinnoittelulla voi olla tehokkuuteen välillinen positiivinen vaikutus eri tilanteissa, mutta pidemmällä aikavälillä rajoitettu markkinaperusteinen hinnanmuodostus voi aiheuttaa myös negatiivisia vaikutuksia markkinoilla olevaan terveeseen kilpailuun<sup>116</sup>.

#### **4.1.3. Markkinaoikeuden esimerkkiratkaisuja**

Alla olevat kaksi esimerkkitapausta ovat esimerkkejä määrähinnoitteluun liittyvistä oikeustapauksista, joissa molemmissa markkinaoikeus on tuominnut vastuussa olevat toimijat seuraamusmaksuun. Molemmissa tapauksissa on tapahtunut vakava kilpailurikkomus.

#### **A-Tec Services Oy**

Markkinaoikeus on antanut päätöksen 29.1.2010 tapauksesta, jossa A-Tec services Oy:lle on langetettu 80 000 euron seuraamusmaksu hintakilpailukieltoa koskevan sopimusehdon perusteella. Päätöksessä on sovellettu määrähinnoittelunkieltoa koskevaa ajantasaista lainsäädäntöä, joka on tapahtuma aikaan ollut sekä 26.1.–30.4.2004 kilpailunrajoituslakia (480/1992) 4 §:ssä säädetty määrähinnoittelukielto että 1.5.–23.8.2004

---

<sup>114</sup> Kuoppamäki, 2018, s.226

<sup>115</sup> Oinonen, 2016, s.126–127

<sup>116</sup> Kuoppamäki, 2018, s.227



kilpailunrajoituslain 4 §:n 2 momentin 1 kohdan (318/2004) säädetty määrähinnoittelu-kielto.<sup>117</sup>

A-Tec Services Oy:n eli aikaisemmalta nimeltään Oy Tecalemit Ab, on toiminnallaan 26.1.-23.8.2004 välisenä aikana rikkonut kilpailulainsäädäntöä, joka on johtanut markkinaoikeuden ratkaisuun langettaa yhtiölle seuraamusmaksuja määrähinnoittelusta ja vertikaalisista kilpailunrajoituksista sopimuksissaan.

Sopimusehto, jonka markkinaoikeus on tällöin huomionnut ja puuttunut on Tecalemitin ja Pohjolan Laitehuollon välinen sopimus, jossa määritellään, ettei osapuolet saa kilpailla keskenään määritellyillä liiketoiminnan osa-alueilla. Lisäksi on sovittu noudattavan yhteistyössä sovittuja hinnastoja.<sup>118</sup>

Markkinaoikeus on arvioinut tapahtumahetkellä Tecalemitillä olleen noin 30–40 prosentin markkinaosuus, joka on vaikuttanut tapauksen arviointiin. Markkinaoikeus on päätöksellään vahvistanut valitusmenettelyn jälkeen A-Tec Servicelle 80 000 euron seuraamusmaksun määrähinnoittelusta.<sup>119</sup>

### **littala Group Oy ab**

Markkinaoikeus on päätöksessään 20.12.2011 määrännyt littala Group Oy Ab:lle seuraamusmaksua 3 000 000 euroa<sup>120</sup>. littala Group Oy Ab todettiin toimineen vuosien 2005 ja 2007 välisenä aikana kilpailulaki 4 § vastaisesti<sup>121</sup>.

Pääasiallisena rikkomuksen terminä on ollut määrähinnoittelulla toteutettu kielletty markkinan kilpailunrajoittaminen. littala Group Oy Ab on vuosien 2005 ja 2007 välissä

---

<sup>117</sup> MAO: 58/10

<sup>118</sup> MAO: 58/10

<sup>119</sup> MAO: 58/10

<sup>120</sup> MAO: 594/11, kohta 934

<sup>121</sup> MAO: 594/11, kohta 408

toteuttanut jälleenmyyntiverkostossaan sopimuksia toimijoiden kanssa, joissa on pyritty määrittelemään alin sallittu myyntihinta<sup>122</sup>.

Markkinaoikeus on todennut kyseisen tapauksen olleen kilpailunrajoituslain 4 § säädöksen piirissä. SEUT 101 pohjautuu EY 81 artiklaan, mutta SEUT 101 artiklaa ei sovelleta kyseisessä tapauksessa ensisijaisena säädöksenä vaan ajallisesti valitaan tulkittavaksi EY 81 artikla<sup>123</sup>.

Littala Group Oy Ab on pyrkinyt muodostamaan jakelutiesopimuksia ja muita vastaavia sopimuksia, joissa Littala on määritellyt vähittäishintoja eri tuotekategorioiden hinnoiksi ja jälleenmyyjille on esitetty ehto allekirjoittaa sopimus toimituskiellon uhalla<sup>124</sup>. Kyseisessä tapauksessa on katsottu sopimusten olleen tarkoituksen mukaisesti muodostettu rajoittamaan kilpailua, ja kun tällainen sopimus on muodostettu niin kilpailunrajoituslain esitöiden ja vakiintuneiden oikeuskäytäntöjen perusteella ei ole merkityksellistä selvittää kyseisiä sopimuksia tosiasiallisesti noudatettu<sup>125</sup>.

Koska tapauksessa kyse on ollut vakavimmista kilpailunrajoituksen muodosta, ei ole lainvastaisuuden analysoinnissa ja tulkinnassa tässä tapauksessa ollut merkitystä markkinaosuudella<sup>126</sup>.

#### **4.2. Alueelliset ja asiakasrajoitukset**

Alueellisia myyntirajoituksia käytetään tilanteissa, joissa jälleenmyyjä taikka toimittaja pyrkii kohdistamaan toimitusketjussa myöhemmillä tasoilla olevien myyntiä tietyille maantieteellisille alueille mahdollisesti omien intressiensä mukaisesti. Tämä voidaan

---

<sup>122</sup> MAO: 594/11, kohta 408

<sup>123</sup> MAO: 594/11, kohta 414

<sup>124</sup> MAO: 594/11, kohdat 14, 16 ja 17

<sup>125</sup> MAO: 594/11, kohta 48

<sup>126</sup> MAO: 594/11, kohta 43

katsoa sallituksi toiminnaksi tietyissä tilanteissa, kun sen tarkoituksena ei ole rajoittaa merkittävästi kilpailua. Kuitenkin tällaisella toiminnalla on mahdollista rajoittaa alueellisia markkinoita toimimasta tehokkaasti. Alueellisilla myyntirajoituksilla voi olla myös markkinoilta sulkeva vaikutus.<sup>127</sup>

Asiakasrajoituksilla toimitusketjussa aikaisemmillä portailla toimivat tavarantoimittajat tai valmistajat pyrkivät asiakasrajoituslausekkeiden avulla vertikaalisissa sopimuksissa rajoittamaan jälleenmyyjä tai toimitusketjussa myöhemmällä portaalla olevia toimijoita myymästä tuotteita taikka palveluita tietyille asiakasryhmille.<sup>128</sup>

Pääsääntöisesti EU-oikeudessa on katsottu alueellista vapautta koskevia rajoituksia kohtuullisen kielteisesti eikä vertikaalisissa kilpailunrajoituksissa tästä ole merkittävästi poikettu tiettyjä poikkeuksia lukuun ottamatta. Pääasiallisena syynä alueellisia vapauksia rajoittavien kilpailunrajoitusten kielteiselle näkökulmalle on EU:ssa katsottu olevan sen negatiiviset vaikutukset yhteismarkkinoiden kehitykseen.<sup>129</sup> Usein erilaisia aluerajoituksia hyödynnetään esimerkiksi yksinmyynnissä, valikoivassa jakelussa ja franchise-sopimuksissa. Myöhemmissä kappaleissa on käsitelty esimerkiksi yksinmyyntisopimusten kannalta aluerajoitusten merkitystä.

### 4.3. Yksinmyynti

Pääsääntöisesti yksinmyyntisopimuksella tarkoitetaan tilannetta, jossa toimittaja tai valmistaja tekee sopimuksen jälleenmyyjän kanssa ja toimittaja tai valmistaja sitoutuu toimittamaan tiettyä tuotetta vain yhdelle jälleenmyyjälle. Välillisesti tämä voi tarkoittaa tilannetta, jossa jälleenmyyjää tai toimitusketjussa myöhemmällä portaalla olevaa toimijaa pyritään rajoittamaan myymästä muiden kilpailevien valmistajien tai

---

<sup>127</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>128</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>129</sup> Leivo et al., 2012, s.491

tavarantoimittajien tuotteita taikka palveluita.<sup>130</sup> Tällaiset tilanteet voivat olla sallittuja, mikäli vertikaalisen sopimuksen yksinmyyntiosa-alueen tarkoituksena on edistää kilpailuntehokkuutta markkinoinnissa tai jakeluketjussa<sup>131</sup>.

Yksinmyyntisopimuksia koskevia rajoitteita on määritelty EU-lainsäädännössä ja annettu niille yleisiä reunaehtoja, jotta yksinmyyntisopimuksille voitaisiin hyödyntää 2022/720 ryhmäpoikkeusasetuksen mukaista turvasatamaa. Ryhmäpoikkeusasetuksen 2 artiklan 1 kohdassa on määritelty, että toimittajan ja ostajan markkinaosuudet saavat olla enintään 30 prosenttia ja yksinmyyntisopimus ei saa sisältää vakavimpia kilpailunrajoituksia eikä valittuja yksinmyyntisopimuksen alaisia jälleenmyyjiä saa olla enempää kuin viisi. Turvasatamaa voidaan hyödyntää vaikkakin kyseisiin yksinmyyntisopimukseen sisältyisi muita vertikaalisia rajoituksia, kuten enintään viiden vuoden kilpailukieltovelvoite tai määrävelvoitteita taikka yksinostovelvoite.<sup>132</sup>

Yksinmyyntisopimuksien yhtenä tarkoituksena voi olla kohdistaa tehokasta myyntiä tietyille alueelle tai asiakkaille, mikäli yksinmyyntisopimuksen jälleenmyyjäosapuoli toimii vain tietyllä alueella tai sopimuksessa rajoitetaan tuotteen jälleenmyyntiä tietyille alueelle.<sup>133, 134, 135</sup> Yksinmyyntisopimuksen hyväksyttävyyteen vaikuttaa useat eri tekijät ja kuinka sopimus on toteutettu. Yhtenä merkittävimmistä tekijöistä voidaan pitää toimijoiden markkina-asemaa. Tällöin eri tuotteiden välille syntyvää kilpailua saattaa muutenkin esiintyä kohtuullisen vähän. Samalla voi syntyä tilanteita, joissa useat valmistajat tai toimittajat pyrkivät saamaan saman jakelijan yksinmyyntisopimuksen piiriinsä.<sup>136</sup> Tämä vuorostaan voi vaikeuttaa merkittävästi markkinalla olevaan kilpailuun, kun yhdelle merkittävässä markkina-asemassa olevalle toimijalle saattaa tulla merkittävä kilpailuetu

---

<sup>130</sup> Leivo et al., 2012, s.514

<sup>131</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>132</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 120

<sup>133</sup> Leivo et al., 2012, s.514

<sup>134</sup> Oinonen, 2016, s.114

<sup>135</sup> Kuoppamäki, 2003, s.855

<sup>136</sup> Oinonen, 2016, s.115

samalla rajoittaen muiden valmistajien tai toimijoiden sekä jälleenmyyjien mahdollisuutta tulla markkinoille tai kilpailla siellä.<sup>137</sup>

Yksinmyynnillä voi olla myös merkittävä riski lisätä horisontaalisen kilpailunvastaisen yhteistyön riskiä valmistajien tai toimittajien sekä jälleenmyyjien keskuudessa tai ainakin helpottaa sitä. Riski on huomattava, mikäli markkinat ovat keskittyneet tai ovat tilanteessa, jossa kuluttajalla ei ole todellista mahdollisuutta valita eri jälleenmyyjien väliltä.<sup>138, 139</sup>

Erityisesti yksinmyyntisopimuksia arvioidessa tulee kiinnittää huomiota siihen, kuinka monet jälleenmyyjät toimivat yksinmyyntisopimuksien kautta tietyllä markkinalla ja millainen markkinavoima yrityksillä on kyseisillä markkinoilla. Varsinkin jos kyseisellä markkinalla yksinmyyntisopimukset ovat yleinen toimintatapa sopimuksien kannalta. Tämä voi mahdollisesti myös vaikuttaa välillisesti siihen, että kyseisellä markkinalla, jossa käytetään pääsääntöisesti yksinmyyntisopimuksia voi syntyä kumulatiivisia vaikutuksia useisiin tuoteryhmiin markkinan sisälle.<sup>140</sup> On myös mahdollista, että markkinalla, jossa käytetään pääsääntöisesti yksinmyyntisopimuksia, voi syntyä hintatason nousua kilpailun toimivuuden heiketessä samalla rajoittaen muiden yritysten pääsyä markkinalle.<sup>141</sup>

Yksinmyynti voi myös mahdollistaa muita kilpailuriskejä kuten hintasyrjintää ja markkinoiden jakamista, mikäli siihen vielä yhdistetään tiettyjen asiakkaiden hankintojen yksinoikeuksia. Tällöin rajoitetaan jopa yksittäisen tuotemerkin hintaerojen muodostumista, joka taas tarkoittaa, ettei kilpailu kyseisillä tuotteilla ole toimivaa.<sup>142</sup>

---

<sup>137</sup> Leivo et al., 2012, s.514

<sup>138</sup> Leivo et al., 2012, s.514

<sup>139</sup> Oinonen, 2016, s.115

<sup>140</sup> Komission tiedonanto vertikaalisia rajoituksia koskevat suuntaviivat 2022/C 248/01 kappale 127

<sup>141</sup> Kuoppamäki, 2003, s.856

<sup>142</sup> Oinonen, 2016, s.115

Yksinmyyntisopimuksilla voidaan pyrkiä suojaamaan mahdolliselta vapaamatkustamisongelmalta, jossa toinen yritys hyötyy jälleenmyyjän panoksesta panostamatta itse. Tämä kannustaakin jälleenmyyjää luomaan yksinmyyntisopimuksia valmistajien tai toimittajien kanssa. Samalla jakelun keskittyminen yhdelle toimijalle voi valmistajan tai toimittajan kannalta vähentää logistisia kustannuksia ja mahdollisesti pystytään samalla lisäämään panostuksia tuotekehittelyyn. Jälleenmyyjän näkökulmasta voi taas olla olennaista muodostaa yksinmyyntisopimus, jotta saadaan kannustin parantaa myynninedistämisteknologiaa. Tämä tarkoittaa, että yksinmyyntisopimuksilla on merkitystä sekä ”allokatiivisen” että ”dynaamisen” tehokkuuden kannalta.<sup>143</sup>

Yksinmyyntisopimuksien arvioinnissa voidaan myös huomioida mahdolliset välilliset vaikutukset kuluttajien käyttäytymiseen markkinalla, jossa on vain vähän kilpailijoita tai yksinmyyntisopimusjärjestelyssä olevilla yrityksillä on merkittävä asema markkinalla. Yhtenä kuluttajien kustannuksen nousuna, joka ei näy välttämättä hintatason nousuna, voidaan pitää niin kutsuttuja ”etsintäkustannuksia”. Kuluttajien kustannukset voivat nousta juuri näiden välisten kustannuksien vuoksi, mikäli yksinmyyntisopimuksen omaavalla jälleenmyyjällä on vahva asema markkinalla ja kilpailevia tuotteita on vaikea löytää hintakilpailun mahdollistamiseksi. Tämä kilpailevien tuotteiden etsintä itsessään voi juuri lisätä kuluttajan kustannuksia yksinmyyntisopimuksien vuoksi.<sup>144</sup>

#### **4.3.1. Yksinmyyntisopimuksien alue- ja asiakasrajoitusten muodot**

Yksinmyyntisopimukseen kuuluu samat säännöt kuin muihinkin vertikaalisiin sopimuksiin jälleenmyyntihintojen osalta. Vähimmäishinnan ja kiinteänhinnan asettaminen on kiellettyä. Pääsääntöisesti suositushinnat ovat sallittuja, jos ryhmäpoikkeusasetuksen ehdot täyttyvät.<sup>145</sup>

---

<sup>143</sup> Kuoppamäki, 2003, s.855

<sup>144</sup> Kanninen & Määttä, 2001, s.125

<sup>145</sup> Leivo et al., 2012, s.514

Pääsääntöisesti toimittajan tai valmistajan asettama aluekohtainen rajoitus on vakava kilpailunrajoitus. Tästä on kuitenkin tarkentava poikkeus yksinmyyntisopimuksissa aktiivisen ja passiivisen myynnin osalta. Aktiivisen myynnin kilpailurajoituksella tarkoitetaan sitä, että valmistaja tai toimittaja voi rajoittaa jälleenmyyjänsä mahdollisuuksia myydä aktiivisesti tuotteita aktiivisesti toisille alueille, joissa operoi toinen yksinmyyntisopimuksen omaava jälleenmyyjä.<sup>146, 147</sup>

Pääsääntönä voidaan pitää, että aktiivinen myynti tarkoittaa tilannetta, jossa myyjä tekee aktiivisesti työtä tavoittaakseen asiakkaan tai markkina-alueen. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi suoramainontaa tai asiakaskäyntejä.<sup>148, 149</sup> Pääsääntöisesti tämä menettely on katsottu sallitummaksi kilpailunrajoitukseksi kuin passiivisen myynnin rajoittaminen.

*”Myös mainonnan tai myynninedistämisen katsotaan olevan aktiivista myyntiä, jos se on kannattavaa vain silloin, kun se tavoittaa asiakkaat toisen jälleenmyyjän yksinmyyntialueella”.*<sup>150</sup>

Tämä tarkoittaa, että teknisesti aktiivinen myynti ei suoraan välttämättä rajoitu juuri alueelle, johon jälleenmyyjällä on yksinmyyntioikeus vaikkakin pääsääntöisesti jälleenmyyjä operoi yksinmyyntisopimuksen mukaisella rajatulla alueellansa eikä toisen jälleenmyyjän yksinmyyntialueella.

Yksinmyyntisopimuksien kilpailunrajoitusten huomioitavana tekijänä on myös passiivisen myymisen mahdollistaminen. Pääsääntöisesti passiivisen myynnin rajoittaminen tai hankaloittaminen yksinmyyntisopimuksesta huolimatta on katsottu vakavaksi kilpailunrajoittamiseksi ja SEUT 101 artikla 1 kohdan vastaiseksi toiminnaksi.<sup>151</sup>

---

<sup>146</sup> Leivo et al., 2012, s.515

<sup>147</sup> Oinonen, 2016, s.114

<sup>148</sup> Leivo et al., 2012, s.516

<sup>149</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>150</sup> Leivo et al., 2012, s.516

<sup>151</sup> Leivo et al., 2012, s.515

Passiivisella myynnillä tarkoitetaan pääsääntöisesti tilannetta, jossa asiakas itse lähestyy jälleenmyyjää ilman suoraa jälleenmyyjän vaikutusta. Tällaista asiakkaan vapautta valita myyjänsä ja tuotteensa on lähtökohtaisesti haluttu suojella yksinmyyntisopimukseen liittyvissä kysymyksissä niin internetpohjaisissa kaupankäynneissä kuin kiinteissä myyntiliikkeissä tai yksinmyyntialueiden kesken. Toisin sanoen asiakkaalla on haluttu säilyttää oikeus valita pääsääntöisesti tuotteensa myyntityylistä huolimatta.<sup>152</sup>

*”Mainonta tai myynninedistäminen katsotaan passiiviseksi myynniksi, jos jälleenmyyjän kannattaisi investoida siihen riippumatta siitä, tavoitetaanko sillä asiakkaita yksinmyyjän alueella.”<sup>153</sup>*

Passiivisen rajoittamisen muodoille on ominaista pyrkiä saamaan asiakas käyttäytymään yksinmyyntisopimusten aktiivisten myyntien etujen mukaisesti. Esimerkiksi tilanteet, joissa pyritään rajoittamaan yrityksiä myymästä tuotteita yksinmyyntisopimusten mukaisen aktiivisen myynnin alueiden ulkopuolelle asiakkaan heitä lähestyessä, voidaan pitää passiivisen myynnin rajoittamisen ilmiönä.

Valmistaja tai toimittaja voi myös kannustaa yrityksiä olemaan toteuttamasta passiivista myyntiä erilaisilla alennuksien kieltämisillä tai bonusjärjestelyillä, sekä vaihtoehtoisesti toimituksien rajoittamisella tai sopimuksen irtisanomisen uhkaamisella. Valmistaja tai toimittaja voi myös suoraan pyrkiä kieltämään passiivista myyntiä kieltämällä jälleenmyyjää myymästä tuotteitaan passiivisella myynnillä. Myös erilaiset vastaavat järjestelyt, joilla pyritään rajoittamaan passiivisen myynnin toteutumista, ovat mahdollisia kuten pyrkiä toimittamaan tuotteita vain sen verran kuin aktiivisella myynnillä on mahdollista toteuttaa ja kieltäytyä toimittamasta aktiivisen myynnin alueellisen kysynnän ylittävä määrä tuotteita jälleenmyyjälle toimitettavaksi passiivista myyntiä varten. Samoin erilaiset hintamekanismit ovat mahdollisia passiivisen kilpailun rajoittamisen tapoja

---

<sup>152</sup> Leivo et al., 2012, s.516

<sup>153</sup> Leivo et al., 2012, s.516



valmistajalta tai toimittajalta jälleenmyyjälle, kuten alueelliset toimitushinnat. Alueellisilla toimitushinnoilla tarkoitetaan tilannetta, jossa pyritään toimittamaan tuotteita tietyille aktiivisen alueellisen yksinmyyntisopimuksen jälleenmyyjän alueelle halvemmalla hinnalla ja pyydetään taas korkeampaa hintaa toimituksista, jos niitä myytäisiin passiivisesti yksinmyyntisopimusalueiden ulkopuolelle.<sup>154</sup>

#### **4.3.2. Verkkomyynnin rooli yksinmyyntisopimuksissa**

Asetuksen 2022/720 voimaan tullessa on merkittävästi tarkentunut yksinmyyntisopimuksien verkkokauppoja koskevien rajoitusten oikeustila. Pääsääntöisesti kun vertikaalisessa sopimuksessa on intressinä suora rajoitus verkkomyyntiin tai verkkomainontaan voidaan tällä pyrkiä rajoittamaan jälleenmyyjää käyttämästä internetiä myydäkseen yksinmyyntisopimuksen alaisia tuotteita. Käytännössä tämä voi tarkoittaa vähimmilläänkin rajoitusta passiiviseen myyntiin loppuasiakkaille, joille jälleenmyyjä pyrkii myymään tuotteitansa internetin välityksellä. Tämä myös rajoittaa loppuasiakkaita toimimaan jälleenmyyjän fyysisen aluerajauksen ulkopuolelta. Käytännössä tällaiset sopimusehdot yksinmyyntisopimuksissa estävät ryhmäpoikkeusedun saamisen pääsääntöisesti. Myös erilaiset toimenpiteet tai muut ehdot yksinmyyntisopimuksessa, joilla on tarkoitus vähentää, rajoittaa tai kieltää kaupankäyntiä internetin kautta ovat pääsääntöisesti kiellettyjä. Esimerkiksi vertikaalisissa yksinmyyntisopimuksissa ei voida vähentää merkittävästi sopimuksissa tarkoitettujen tuotteiden kokonaismäärää tai loppuasiakkaiden mahdollisuuksia ostaa tuotteita internetin välityksellä jälleenmyyjiltä pääsääntöisesti millään muodolla, joka olisi rinnasteinen tällaiseen toimintaan. Samankaltainen internetkaupankäynnin rajoittamisilmiö voi syntyä myös verkkomainontaa tai hakukoneita kohtaan.<sup>155</sup>

Pääsääntöisesti esimerkiksi jälleenmyyjää ei saa kieltää käyttämästä useita eri hakukoneita taikka hintavertailun mahdollistavia palveluita. Jälleenmyyjällä on myös oikeus

---

<sup>154</sup> Leivo et al., 2012, s.516

<sup>155</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 203

käyttää omaa verkkomyyntialustakauppaansa tai käyttää jotain muuta verkkomyyntialustakauppaa. Kaikki sellainen välillinen toiminta, joka rajoittaisi jälleenmyyjää myymästä loppuasiakkaille tuotteita verkkokaupan välityksellä on pääsääntöisesti kiellettyä ja pääsääntöisesti vakava kilpailunrajoitus.<sup>156</sup>

#### **4.3.3. Toimittajan ja valtuuttamattoman jälleenmyyjän myynti yksinmyyntialueelle**

Vertikaalissa sopimusketjuissa on myös mahdollista syntyä tilanne, jossa toimittaja tai valmistaja pyrkii toimittamaan suoraan tuotteita yksinmyyntisopimuksen omaavan jälleenmyyjän alueelle. Tällainen toiminta voidaan toki sopimuskumppaneiden kesken neuvotella, mutta pääsääntöisesti ryhmäpoikkeussääntöä voidaan soveltaa vaikkakin operoisi samalla alueella yksinmyyntisopimuksen omaavan jälleenmyyjän kanssa.<sup>157</sup> Tämä kuitenkin voi rikkoa jakelusopimusta ja mikäli rajoituksia ei olisi valmistajan tai toimittajan toiminnasta voi se heikentää motivaatiota jälleenmyyjällä investoida kyseille alueelle. Pääsääntöisesti kuitenkin toimittajalla tai valmistajalla on oikeus passiiviseen myyntiin alueella, jota ei voida rajoittaa passiivisen myynnin rajoittamisella. Yksinmyyntisopimuksessa voi myös olla mahdollista sopia jälleenmyyjän suostumuksesta toimittajan tai valmistajan myyntiin yksinmyyntisopimuksen rajaamalla alueella.<sup>158</sup>

Yksinmyyntisopimuksien viitekehykseen liittyy rinnakkaistuonnin ilmiö, jossa mahdollisesti muut valtuuttamattomat jälleenmyyjät myyvät tuotteitansa samalla alueella tai samoille asiakasryhmille kuin yksinmyyntialueen omaava jälleenmyyjä. Pääsääntöisesti yksinmyyntisopimuksissa voidaan rajoittaa aktiivista myyntiä muilta ”valtuutetuilta” jälleenmyyjiltä kuin yksinmyyntisopimuksen omaavalta jälleenmyyjältä tietyllä alueella. Kuitenkin ”valtuuttamattomia” eli jälleenmyyjä, joilla ei ole yksinmyyntisopimusta valmistajan tai toimittajan kanssa ei voida pääsääntöisesti rajoittaa myymästä tuotteitaan

---

<sup>156</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 203

<sup>157</sup> Leivo et al., 2012, s.517

<sup>158</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

aktiivisesti yksinmyyntisopimuksen omaavan jälleenmyyjän alueella. Samoin toki ”valtuuttamattoman” jälleenmyyjän mahdollisuuksia myydä tuotteitaan passiivisesti ei saa pääsääntöisesti rajoittaa. Myöskään ”valtuutettujen” eli yksinmyyntisopimuksen omaavien jälleenmyyjien passiivista myyntiä ei saa pääsääntöisesti rajoittaa. Toisin sanoen rinnakkaistuontia voidaan rajoittaa ainoastaan ”valtuutettujen” jälleenmyyjien aktiivisen myynnin osalta, mutta pääsääntöisesti ei voida rajoittaa passiivista myyntiä. Vaikkakin rinnakkaistuonnin estäviä sopimusehtoja ei olisikaan yksinmyyntisopimuksessa voi yksinmyyntisopimuksen olemassaolo mahdollistaa eri osapuolien toiminnan siten, että se rajoittaa rinnakkaistuontia. Se miten yksinmyyntisopimuksen olemassaolo tosiallisesti sitten rajoittaa rinnakkaistuontia tietyille alueelle ”valtuutettujen” jälleenmyyjien kesken, määrittää onko kyseinen rinnakkaistuonnin rajoittaminen sallittua vai ei. Käytännössä eri osapuolet alkavat harjoittaa yhdenmukaistettua toimintatapaa, jolla voidaan pyrkiä rajoittamaan ”valtuuttamattomien” jälleenmyyjien mahdollisuuksia operoida alueella tai rajoittaa suoraan rinnakkaistuonteja alueelle, jossa toimii ”valtuutettu” jälleenmyyjä yksinmyyntisopimuksen puitteissa.<sup>159</sup>

#### **4.4. Yhden tuotemerkin määrääminen**

Yhden tuotemerkin määrääminen tarkoittaa tilannetta, jossa jälleenmyyjä joutuu ostamaan valmistajalta tai toimittajalta pääsääntöisesti tuotteita jälleenmyyntiä varten. Pääsääntöisenä rajana pidetään yli 80 prosentin rajaa, jolloin voidaan katsoa jälleenmyyjän joutuvan olemaan valmistajan tai toimittajan yhden tuotemerkin määräämässä asemassa jakeluketjussa. Usein tällainen menettely toteutetaan erilaisilla kilpailukieltolausekkeilla vertikaalisessa sopimusjärjestelyssä. Tällöin voidaan velvoittaa vertikaalisessa sopimusjärjestelyssä yritystä hankkimaan yli 80 prosenttia tuotteista valmistajalta tai toimittajalta. Toisena vaihtoehtona on erilaiset alennusjärjestelmät tai muut kannustinjärjestelmät, jotka voivat edesauttaa yhden tuotemerkin määräämisen kaltaista tilannetta kilpailukieltovelvoitteen tyyppisesti. Tällaiset toimenpiteet rinnastetaankin

---

<sup>159</sup> Leivo et al., 2012, s.517

kilpailukieltovelvoitteeseen, jos niillä on tosiasiallinen vaikutus hankintojen kohdistumiseen yhden tuotemerkin määräämisen kaltaisesti tai niillä kannustetaan jälleenmyyjää hankkimaan yli 80 prosenttia tuotteistaan vain yhdeltä valmistajalta tai toimittajalta.

<sup>160, 161, 162</sup>

Yhden tuotemerkin määräämisessä täytyy huomioida myös sopimuksen mahdollinen jatkuvuus kilpailukiellon maksimipituuden jälkeen eli 5 vuoden jälkeen. On mahdollista, että kilpailukieltosopimus voidaan uusida viiden vuoden jälkeen, mutta ne eivät voi hyötyä ryhmäpoikkeuksesta, mikäli ne ovat voimassa määräämättömän ajan tai ovat yli 5 vuotta pitkiä <sup>163</sup>. Sopimuksen uusiminen on mahdollista toteuttaa myös ”hiljaisella” sopimuksella, mutta tällöin jälleenmyyjällä on oltava tosiasiallinen mahdollisuus irtisanoa tai neuvotella sopimus uudelleen kohtuullisin kustannuksin ja kohtuullisessa ajassa sekä mahdollisessa irtisanomisajassa.<sup>164</sup>

#### **4.4.1 Yhden tuotemerkin määrääminen lievemmillä muodoilla**

Kilpailukieltovelvoitetta lievempänä tapana toteuttaa yhden tuotemerkin merkittävä osuus jälleenmyyjän myymissä tuotteissa on käyttää hankintavelvoitetta. Yleensä hankintavelvoitteeksi kutsutaan tilannetta, jossa jälleenmyyjällä on velvollisuus hankkia valmistajalta tai toimittajalta alle 80 prosenttia tuotteistaan. Tällaista hankintavelvoitetta nimitetään pääsääntöisesti ”määrälliseksi velvoitteeksi”. Vaihtoehtoisesti vastaavan kaltaisen järjestely voidaan toteuttaa vähimmäisostovaatimuksina tai varastointivaatimuksina jälleenmyyjille. Muita vastaavia toteutustapoja ovat esimerkiksi ehdolliset

---

<sup>160</sup> Leivo et al., 2012, s.528

<sup>161</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 298

<sup>162</sup> Oinonen, 2016, s.112

<sup>163</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 248

<sup>164</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 300

alennusjärjestelyt tai kaksiosainen hinnasto, joka taas tarkoittaa sitä, että tuotteilla on sekä kiinteä maksu että yksikkökohtainen hinta.<sup>165, 166, 167</sup>

Yhden tuotemerkin määräämiin vertikaalisiin sopimuksiin voidaan myös lisätä niin kutsuttu ”Englantilainen lauseke”. Englantilaisella lausekkeella tarkoitetaan tilannetta, jossa jälleenmyyjän on ilmoitettava valmistajalle tai toimittajalle muista mahdollista tarjouksista kilpailevilta toimittajilta tai valmistajilta sinä aikana, kun yhden tuotemerkin määräävä sopimus on voimassa. ”Englantilaisella lausekkeella” myös rajoitetaan jälleenmyyjän mahdollisuutta hyväksyä tällainen kilpaileva tarjous muilta toimittajilta tai valmistajilta suoraan, sillä jälleenmyyjän tulee ensin kilpailuttaa tarjous nykyisen toimittajansa tai valmistajansa kanssa. Mikäli nykyinen toimittaja tai valmistaja ei pysty toimittamaan yhtä hyvällä tarjouksella tuotteita kuin saatu kilpaileva tarjous on, voi jälleenmyyjä vasta tällöin hyväksyä tarjouksen.<sup>168, 169, 170</sup>

Yhden tuotemerkin määräämiin vertikaalisiin sopimuksiin saatetaan soveltaa myös yksinostovelvoitetta. Tällainen velvoite tarkoittaa, ettei pääsääntöisesti jälleenmyyjä saa hankkia tuotteita kuin sopimuksessa määritellyltä taholta. Tällainen toiminta voi johtaa tilanteeseen, jossa valmistaja tai toimittaja tarkoituksen mukaisesti pyrkii alueelliseen hintasyrjintään. Tällainen toiminta voidaan katsoa yhteismarkkinatavoitteiden vastaiseksi ehdoksi vaikkakin yksinostovelvoite itsessään ei estä jälleenmyyjää kilpailuttamasta tuotteiden hankintaa muilta valmistajilta tai toimittajilta ja hankkimasta niitä heiltä.<sup>171</sup>

---

<sup>165</sup> Leivo et al., 2012, s.529

<sup>166</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 298

<sup>167</sup> Oinonen, 2016, s.112

<sup>168</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 298

<sup>169</sup> Leivo et al., 2012, s.529

<sup>170</sup> Oinonen, 2016, s.112

<sup>171</sup> Leivo et al., 2012, s.529

#### 4.5. Yhden tuotemerkin määräämisen kilpailua rajoittavien tekijöiden arviointi

Yleisesti yhden tuotemerkin määräämiseen vertikaalisissa sopimuksissa voi olla monia syitä, jotka eivät ole pelkästään perusteltavissa toimittajan ja valmistajan alue- tai asiakasrajaus intressien kannalta. Tällaisia tilanteita voi olla esimerkiksi tilanteet, joissa jälleenmyyjän toimii suoraan tai välillisesti valmistajan tai toimittajan vuokraamissa tai hallinnoimissa tiloissa. Tällöin valmistajalla tai toimittajalla on merkittävä intressi pyrkiä hallinnoimaan tuotteita, joita kyseisessä tilassa myydään jälleenmyyjän toimesta.<sup>172</sup>

Yhden tuotemerkin määräämisen vaikutuksia arvioidessa täytyy myös huomioida yhden tuotemerkin määräämisen markkinoilta pois sulkeva luonne tai markkinoille pääsyn rajoittava luonne tilanteissa, joissa markkinoilla operoi useita toimittajia tai valmistajia. Pääsääntöisesti yhden tuotemerkin määräämisen kaltaisilla rajoituksilla voi aluksi olla markkinoilla tervettä kilpailua edistävä vaikutus, mutta ajan kuluessa vahvan jälleenmyyjän vaikutuksen takia voi muiden toimittajien ja valmistajien markkinavoima heiketä. Tämä voi johtaa muiden toimittajien ja valmistajien markkinoilta sulkemiseen, joka on taas vaikuttaa heikentävästi kilpailuun kyseisellä markkinalla.<sup>173, 174</sup> Mikäli markkinalla toimii useita jälleenmyyjä, joilla on yksimyyntisopimuksia toimittajien tai valmistajien kanssa ja nämä muodostavat niin kutsutun ”sopimusverkoston”, voi syntyä merkittävää markkinoilta sulkevaa kumulatiivista vaikutusta. Tällöin myös markkinat voivat muodostua heikosti joustaviksi, kun usealla toimittajalla ja valmistajalla on yhden tuotemerkin merkin mukaisia tuotemerkkirajoituksia jälleenmyyjilleen<sup>175</sup>. Tämä taas voimistaa edelleen markkinoilta sulkevaa vaikutusta, joka mahdollisesti aiheuttaa sen, että kilpailukieltosopimusta yhden tuotemerkin määräävissä sopimuksissa tulee arvioida uudelleen SEUT 101 artiklan 1 kohdan kannalta. On myös mahdollista syntyä tilanteita, joissa syntyy sopimusverkostojen kautta todellisuudessa määräävän markkina-aseman tilanne. Tällöin

---

<sup>172</sup> Leivo et al., 2012, s.532

<sup>173</sup> Oinonen, 2016, s.112–113

<sup>174</sup> Leivo et al., 2012, s.531

<sup>175</sup> Oinonen, 2016, s.112–113

voi yhden tuotemerkin määräävä sopimus rikkoa sekä SEUT 101 artiklaa että SEUT 102 artiklaa<sup>176</sup>.

Mikäli markkinoilla toimii useita eri toimittajia tai valmistajia, joilla on yhden tuotemerkin alaisia jälleenmyyjiä voi syntyä houkutusia myös toteuttaa horisontaalista yhteistyötä. Vaikkakin tuotemerkit eri jälleenmyyjillä voivat olla eri, voivat ne silti kilpailla samalla markkinalla ja mikäli sopimusverkosto eri toimijoiden välillä on kohtuullisen stabiili voi se aiheuttaa erinäisiä asiakkaiden jakoon liittyviä horisontaalisia kilpailun vastaisia yhteistyömahdollisuuksia.<sup>177</sup> Markkinoiden joustamattomuus ja uusien kilpailijoiden alalle tulon haasteet myös vaikuttavat merkittävästi terveen kilpailun toteutumiseen markkinalla ja erityisesti kuinka helppoa uudella toimittajalla tai valmistajalla on löytää sopimusikumppanikseen jälleenmyyjä, jonka kautta tuotteita voisi päästä markkinalle<sup>178</sup>.

Yhden tuotemerkin määräävissä vertikaalisissa sopimusketjuissa on merkittävää huomioida arvioinnin kannalta, millaisella markkinalla toimitaan. Markkinalta poissulkevat vaikutukset yhden tuotemerkin määräävissä sopimuksissa ovat erityisen vahvoja esimerkiksi vähittäiskaupassa ja tukkukaupassa. Vähittäiskaupoissa yhden tuotemerkin määrävillä sopimuksilla on suoraan kilpailua rajoittavia piirteitä, kun käytetään kilpailukieltosopimuksia<sup>179</sup>. Tukkujen puolella taas markkinoilta sulkeva vaikutus riippuu toimialasta ja millaiset jälleenmyynti verkostot tukku pystyy luomaan toimittajien tai valmistajien kanssa.<sup>180, 181</sup>

Yhden tuotemerkin määräävissä vertikaalisissa sopimuksissa tulee myös huomioida mahdolliset ”välituotteet” eli tuotteet, joita käytetään tuotanto- ja jakeluketjun tasolla. Asetuksen 220/720 suuntaviivoissa on kommentoitu kyseisen tilanteen olevan

---

<sup>176</sup> Leivo et al., 2012, s.531–532

<sup>177</sup> Oinonen, 2016, s.112–113

<sup>178</sup> Leivo et al., 2012, s.533

<sup>179</sup> Leivo et al., 2012, s.533

<sup>180</sup> Leivo et al., 2012, s.533

<sup>181</sup> Oinonen, 2016, s.113

vähemmän markkinoilta sulkevaa, koska tuotteet, joita käytetään tuotanto- ja jakeluketjussa ovat ”välituotteita” ja eivätkä niinkään valmiita tuotteita jälleenmyyjille. Tuotanto- ja jakeluketjussa syntyy usein pitkäaikaisia ja monia osapuolia koskettavia ketjuja, joissa yhden tai useamman toimijan kilpailunrajoitteet yhden tuotemerkin kaltaisissa tilanteissa voivat aiheuttaa muidenkin toimijoiden sitoutumista tuotemerkkiin. Tämä voi johtaa kilpailun vastaisiin tilanteisiin ja markkinoilta sulkeviin vaikutuksiin, vaikkakin toimijoilla ei olisi näennäistä määräävää markkina-asemaa. Kuitenkin kumulatiivinen vaikutus tuotanto- ja jakeluketjussa voi synnyttää kumulatiivisen kilpailunvastaisen vaikutuksen. Pääsääntöisesti katsotaan kuitenkin kumulatiivisen kilpailunvastaisen vaikutuksen olevan heikko, mikäli alle 50 prosenttia markkinasta on sidottu.<sup>182</sup>

#### 4.6. Kytkeykauppa

Valmistajilla tai toimittajilla voi tuotteissaan olla tarve yhdistää useampi kuin yksi tuote yhdeksi kokonaisuudeksi. Tämä voi esimerkiksi tarkoittaa tilannetta, jossa lopputuotteen ostajalle jälleenmyyjä myy yhden tuotteen, joka olisi voitu myydä erillisinä tuotteina. Kytkeykauppa voidaan kutsua myös sitomiseksi.

Kytkeykauppoja arvioidessa voidaan tuotteet pääsääntöisesti erotella kahteen eri kategoriaan. Kytkevä tuote tarkoittaa tuotetta, jonka asiakas on lähtökohtaisesti halukas ostamaan. Tätä voidaan kutsua myös sitovaksi tuotteeksi. Tämän kytkevän tuotteen lisäksi asiakkaan on ostettava kytketty tuote. Tätä tuotetta taas voidaan kutsua sidotuksi tuotteeksi. Kytkevä ja kytketty tuote siis kulkevat käsikädessä viimeistään toimitus- ja jakeluketjun viimeisissä vaiheissa, kun tuotetta myydään jälleenmyyjän kautta loppuasiakkaalle.<sup>183, 184</sup> Asetuksen 220/720 suuntaviivoissa on annettu kappaleessa 390 esimerkki jalkineiden myynnistä nauhoineen. Kyseisellä esimerkillä on pyritty esittelemään kuinka periaatteessa jalkineiden nauhat voivat olla erillinen tuote jalkineista, mutta yleisen

---

<sup>182</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 307

<sup>183</sup> Leivo et al., 2012, s.539

<sup>184</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 389



markkinakäytännön myötä jalkineissa myydään pääsääntöisesti nauhat jalkineiden mukana yhtenä tuotteena.<sup>185</sup>

Tuotteiden erillisyyden arvioinnissa voidaan huomioida useampi eri tekijä. Esimerkiksi asiakaskysynnän määräämä tuotteiden jakautuminen voi olla mahdollista, mikäli ilman kytkykauppaa useat asiakkaat olisivat ostaneet tuotteen ostamatta siihen kytkettyä tuotetta. Kyseinen tuotteiden jakautuminen ja kytkykaupan haastamisen peruste voidaan perustella, mikäli asiakkaat esimerkiksi valintatilaisuuden tullessa valitsisivat tuotteet erikseen. Tällainen katsotaan pääsääntöisesti välittömäksi todisteeksi kytkevän ja kytketyn tuotteen erillisyydestä. Kuitenkin mikäli markkinalla on toimijoita kuten muita valmistajia, jotka ovat erikoistuneita kytketyn tuotteen valmistukseen voidaan tällaista todistelua katsoa välilliseksi todisteeksi kytkykaupan tuotteiden erillisyydestä.<sup>186</sup>

KytKentä eli tuotteiden sitominen on osa luonnollista kaupankäyntiä pääsääntöisesti, kun puhutaan monimutkaisista tuotteista kuten autoista tai vastaavista tuotteista, joissa on monia eri komponentteja. Pääsääntöisesti moottoripyörää hankittaessa ostetaan samalla siihen kuuluva polttoainetankki. Tässä kontekstissa myös asiakkaan oma-aloitteellisuudella on merkitystä. Aikaisemmassa kappaleessa käsiteltiin tilannetta, jossa asiakas valinnoillaan valitsisi erilliset tuotteet ja siksi tuotteiden kytkentä voitiin kyseenalaistaa. Tässä kappaleessa vastavuoroisesti asiakkaan oma-aloitteellisuudella tarkoitetaan tilannetta, jossa asiakas "olettaa" saavansa kytketyn tuotteen ja haluaa sitä. Tämä ei tarkoita sitomista tuotteeseen vaan tuotteiden luonnollista kytkentää toisiinsa muodostaakseen yhden kokonaistuotteen asiakkaalle. Jotta voidaan katsoa tuotteiden vaikuttavan asiakkaan sitoutuvuuteen, täytyy tuotteiden olla todellisuudessa erillisiä toisistaan. Tällöin mikäli tuotteet edelleen kytketään toisiinsa voi mahdollisesti syntyä asiakkaan sidontaa.<sup>187</sup>

---

<sup>185</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 390

<sup>186</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 390

<sup>187</sup> Kanninen & Määttä, 2001, s.131

Yritystasolla kytkykauppaa tuotteiden osalta ei välttämättä käydä samassa merkityksessä kuin loppukäyttäjien tuotteissa. Yritystasolla ja kuluttajatasolla voi olla yhteisenä vaikuttavana tekijänä kytkykaupan viitekehyksessä niin kutsutut keinotekoiset ostouskollisuuden keinot kuten määrälliset alennusjärjestelyt eli esimerkiksi tilanteet, joissa myyjä antaa ostajalle alennusta kytkevästä eli sitovasta tuotteesta kun tämä ostaa tietyn määrän kytkettyä eli sidottua tuotetta.<sup>188</sup> Toisin sanoen myyjä voi antaa alennusta päätuotteesta A vain, mikäli ostat myös sivutuotteen B.

Kytkeykaupan tyyppisiä piirteitä voi esiintyä kuitenkin yrityksiä välissä sopimuksissa tarkoituksena sitoa toisia yrityksiä yhteistyöhön esimerkiksi vastavuoroisuusehdoilla. Tällaisella ehdolla kytkykaupassa tarkoitetaan tilannetta, jossa toinen tai molemmat osapuolet suostuvat myymään tai ostamaan tuotteita, mikäli vastavuoroisesti toinen osapuoli sitten vastavuoroisesti ostaa tai myy tuotteita toiselle. Toisin sanoen yritys x ostaa yritykseltä y tuotteita ja vastavuoroisesti sovitaan, että yritys y ostaa yritykseltä x tuotteita. Tässä tapauksessa on mahdollista, että toinen tai molemmat osapuolet eivät suostuisi käymään kauppaa toisen kanssa ilman tällaista järjestelyä. Vastavuoroisuusehdon soveltamisessa on merkittäviä kilpailua rajoittavia riskejä, kun kolmannen osapuolen tarjouksia ei kuulla eikä synny kilpailua. Tällöin myös vahvemman osapuolen asema korostuu merkittävästi ja voi syntyä mahdollisia hyväksikäyttötilanteita toista osapuolta kohtaan. Pääsääntöisesti vastavuoroisuusehdon soveltaminen kilpailua varsinkin rajoittavana toimenpiteenä on kiellettyä, jos markkinaosuusrajat ylittyvät määrävän markkina-aseman kannalta.<sup>189, 190</sup>

Kytkeykaupassa sitomisen vaikutukset heijastuvat markkinaan vahvasti, mikäli niihin yhdistetään vielä mahdollisia kilpailukieltoja. Myös erilaiset kilpailijoiden poissuljennat markkinalta ovat mahdollisia, mikäli kilpailija valmistaa vain sidottua tuotetta. Tällä tarkoitetaan tilannetta, jossa markkinalla olevat toimijat eivät toimita kytkettävään

---

<sup>188</sup> Kanninen & Määttä, 2001, s.131

<sup>189</sup> Kanninen & Määttä, 2001, s.131–132

<sup>190</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 394

tuotteeseen kytkettäviä tuotteita eli yhdistä niitä tai toisin päin ja rajaavat ne esimerkiksi vastavuoroisuussopimuksilla toisillensa eikä kolmansille osapuolille tule mahdollisuutta kilpailla niistä. Vaikkakin kilpailijoiden sulkemista markkinalta ei tapahtuisi, voi kytkeykauppa sopimukset nostaa tuotteiden hintatasoa välillisesti, kun kytkeykauppojen mahdollistama hintasyrjintä eri toimijoiden välillä mahdollistuu.<sup>191</sup>

Kytkeykaupassa sovelletaan pääsääntöisesti vertikaalisten sopimusten tyyppisiä määräävän markkina-aseman rajoja kuin muissakin vertikaalisissa sopimuksissa. Tässä huomioidaan kuitenkin kytkevän tuotteen ja kytketyn tuotteen markkinaosuudet ja toimittajan ja ostajan markkinaosuudet merkityksellisillä markkinoilla eli enintään 30 prosenttia. Kytkeykauppa voidaan toki yhdistää myös muihin vertikaalisiin rajoituksiin, kunhan ne eivät ole vakavimpia kilpailunrajoituksia. Esimerkiksi kytkeykauppa voidaan yhdistää kilpailukieltovelvoitteisiin tai määrällisiin velvoitteisiin tai hankintaa koskeviin yksinoikeuksiin.<sup>192</sup>

Kytkeykauppa voi aiheuttaa tilanteen, jolloin ryhmäpoikkeusasetusta ei voida enää soveltaa kyseiseen tilanteeseen. Usein tämä tarkoittaa tilannetta, jossa on jo todettu markkinalla olevan tuntuvia kilpailunvastaisia vaikutuksia. Tällöin joudutaan tulkitsemaan täytäkö sopimus SEUT 101 artiklan 3 kohdan edellytyksiä. Pääsääntöisesti voidaan pyrkiä puolustamaan kytkemisvelvoitteita esimerkiksi tehokkuuspuolustuksen avulla. Esimerkki tilanteena voidaan tarkastella tilannetta missä toimittajan tai valmistajan olisi järkevää ostaa suuri määrä kytkettyä tuotetta, mikäli tämä ei itse pysty valmistamaan kyseistä tuotetta.<sup>193</sup> Pääsääntönä voidaan pitää sitä, että kytkeykaupan tulee hyödyttää loppukuluttajia kustannusten alenemana verraten tilanteeseen, jossa ei käytettäisi kytkeykauppaa vertikaalisessa toimitus- tai jakelusopimusrakenteessa<sup>194</sup>,<sup>195</sup>. Asetuksen 220/720 suuntaviivoissa on kommentoitu, ettei välttämättä tällaista tilannetta yleensä

---

<sup>191</sup> Leivo et al., 2012, s.541

<sup>192</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 393

<sup>193</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 397

<sup>194</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 397

<sup>195</sup> Leivo et al., 2012, s.541

synny, jos jälleenmyyjä pystyy saamaan samoja tai vastaavia tuotteita loppuasiakkaille paremmilla tai samoilla ehdoilla<sup>196</sup>. Kytkeykaupalla voidaan haluta säilyttää tietty laatu-taso tai ulkoinen vastaavuus tuotteilla loppukäyttäjää varten. Tällöin tulee kuitenkin huo-mioida, että ostajien tulee hyötyä ainakin osittain kytkeykaupan tehokkuushyödyistä eli esimerkiksi jalkineissa olevat nauhat kuuluvat jalkineiden mukaan ja ettei niitä myytäisi erikseen erillisen toimijan kautta oletusarvoisesti. Mikäli kytkeykauppa ei perustu tehok-kuuteen ja ostajilla ei ole merkittävää ostajavoimaa voi taas tilanne muuttua riskiksi kil-pailun kannalta.<sup>197</sup>

#### 4.7. Valikoiva jakelu

Valikoivalla jakelulla tarkoitetaan tilannetta, jossa valmistaja tai toimittaja pyrkii valikoi-maan jälleenmyyjä tai jakeluketjun myöhemmillä portailla olevia toimijoita. Tällöin val-mistaja tai toimittaja ei välttämättä toimita koko markkinalle tuotteita vaan ainoastaan valikoimilleen toimijoille. Tämä voi olla kilpailua rajoittavaa, mikäli se estää kilpailevien toimijoiden pääsyä markkinoille. Kuitenkin valikoiva jakelu voidaan katsoa sallituksi, mi-käli tarkoituksena on objektiivisesti vaikuttaa tuotteiden laadun varmistamiseen<sup>198</sup>.<sup>199</sup> Valikoivaa jakelua voidaan kutsua kirjallisuudessa selektiiviseksi jakeluksi. Pääsääntöi-sesti nykyisin käytetään valikoivan tai valikoivien järjestelmien nimitystä.

Pääsääntöisesti valikoivaa jakelua luodaan muodostamalla jälleenmyyjille tiettyjä ehtoja, jotka määrittävät käytännössä keille jälleenmyyjille voidaan toimittajan tai valmistajan puolesta toimittaa tuotteita jälleenmyyntiin. Samalla kielletään jälleenmyyjä ja muita jakeluketjussa mahdollisesti toimivia toimijoita toimittamasta tuotteita jälleenmyyntiin

---

<sup>196</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 397

<sup>197</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 397

<sup>198</sup> Leivo et al., 2012, s.543

<sup>199</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

toimijoille, jotka eivät täytä ehtoja tai eivät ole toimittajan tai valmistajan valitsemissa sopimusyhteistyön piirissä.<sup>200</sup>

Yleensä toimittajalla tai valmistajalla on intressinä vähentää mahdollisten jälleenmyyjien tai jakelijoiden määrää. Tämä mahdollisesti vähentäisi valikoivan järjestelmän suljetun luonteen vuoksi halvempien toimijoiden vaikutusta tuotteiden katteisiin kilpailun heikentyessä, kun toimijat kyseisellä tuotteella ovat rajattuja valikoivalla jakelulla.<sup>201, 202</sup> Samoin kuin yksinmyyntisopimukset voidaan valikoivalla jakelulla pyrkiä ehkäisemään vapaamatkustajaongelmaa jakeluketjussa. Erona on, ettei pääsääntöisesti keskitytä ohjaamaan tuotteita välttämättä vain tietylle alueelle, jotta vältettäisiin kilpailijoiden vapaamatkustaminen muilla alueilla, vaan pyritään kontrolloimaan jälleenmyyjien lukumäärällistä määrää tietyllä alueella.<sup>203</sup>

Valikoivassa jakelussa ja yksinmyyntisopimuksissa on monia samankaltaisia luonteenpiirteitä tarkoituksessa sekä toteutustavoissa. Kuitenkin keskeisenä erona voidaan pitää sitä, että valikoivassa jakelussa pääsääntöisesti rajoittaminen koskettaa tuotteiden ominaisuuksiin liittyviä perusteita ei niinkään alueellisia rajoituksia välttämättä.<sup>204</sup>

*”Perusteet, joiden mukaisesti toimittaja valitsee jakelijat, voivat olla laadullisia tai määrällisiä tai molempia.”<sup>205</sup>*

Valikoivissa jakelujärjestelmissä on niin kutsutun laadullisen perusteen lisäksi siis määrällisiä perusteita. Määrällisillä perusteilla tarkoitetaan pyrkimystä rajoittaa jakelijoiden määrää<sup>206</sup>.

---

<sup>200</sup> Leivo et al., 2012, s.541

<sup>201</sup> Oinonen, 2016, s.115–116

<sup>202</sup> Leivo et al., 2012, s.542

<sup>203</sup> Leivo et al., 2012, s.542

<sup>204</sup> Oinonen, 2016, s.115

<sup>205</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 143

<sup>206</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 143

Valikoivassa jakelussa jälleenmyyjien valintaan vaikuttava laadullinen kriteeri saattaa sisältää useita erilaisia näkökulmia ja perusteita. Laadullisiksi kriteereiksi voidaan katsoa esimerkiksi jälleenmyyjän myyjien ammattitaito, toimitilojen edustavuus tai erilaiset mahdolliset oheispalvelut mitä jälleenmyyjä voi mahdollisesti tarjota tuotteille.<sup>207, 208</sup> Valikoivan jakelun järjestelmiin pääsääntöisesti kuuluu myös se, ettei valikoivan jakelujärjestelmän ulkopuoliset jälleenmyyjät pääsääntöisesti pysty ostamaan tuotteita valmistajalta tai toimittajalta tai muilta jälleenmyyjiltä edelleen jälleenmyyntiä varten<sup>209, 210</sup>. Tämä edellyttää, että toimittaja tai valmistaja sopii asiasta valikoivassa jakelujärjestelmässä toimivan jälleenmyyjän kanssa.

Valikoivassa jakelussa toimittajalla tai valmistajalla voi olla intressinä ylläpitää esimerkiksi tiettyä laatutasoa merkkituotteissaan. Esimerkkinä voidaan pitää erilaisia valtuutetuja jälleenmyyjä kellomarkkinoilla. Tällöin toimittaja tai valmistaja valikoivan myynnin avulla varmistaa laadullisen valintakriteerin avulla esimerkiksi jälleenmyyjän myyjien osaamistason. Samalla toimittajat tai valmistajat voivat rajoittaa välillisesti tuotteiden jakelua määrällisesti, kun tuotteita jaellaan vain näille nimetyille ”valtuutetuille” jälleenmyyjille. Tärkeänä huomiona on laadullisen valintakriteerin objektiivisuus. Tässä kontekstissa tarkoitetaan objektiivisuudella sitä, ettei valikoivan järjestelmän kriteerien pääasiallisena tarkoituksena ole rajoittaa kilpailua vaan ylläpitää tai mahdollistaa laadulliset tai määrälliset kriteerit.<sup>211, 212, 213, 214</sup>

Laatutason ylläpitäminen voi tarjota mahdollisuuden toimittajalle ja jakelijalle kontrolloida kokonaisuudessaan tuotteensa laadun toteutumista kuluttajalle, jolloin voidaan myös nähdä kuluttajille saakka ulottuvaa hyötyä valikoista jakelujärjestelmästä.

---

<sup>207</sup> Kuoppamäki, 2003, s.826

<sup>208</sup> Oinonen, 2016, s.116

<sup>209</sup> Leivo et al., 2012, s.541–542

<sup>210</sup> Oinonen, 2016, s.115

<sup>211</sup> Leivo et al., 2012, s.543

<sup>212</sup> Oinonen, 2016, s.116

<sup>213</sup> Joutsamo et al. 2000, s.540

<sup>214</sup> Wikberg, 2011, s.242–243

Kuluttajat voivat hyötyä järjestelmästä, kun tuotteiden myynnissä asiakkaita voidaan informoida paremmin ja kuluttajille mahdollistetaan tietyn tasoinen luottamus tuotteiden laatuun ja oikeaan käytön turvaamiseen jakeluketjun kontrollin avulla.<sup>215, 216</sup>

Valikoivan jakelujärjestelmän laadullisten kriteerien on mahdollista muodostaa myös vakavia kilpailunrajoituksia välillisesti tai suoraan, mikäli niiden tarkoituksena on muodostaa merkittäviä kilpailua rajoittavia esteitä tai laadulliset kriteerit eivät ole objektiivisia.<sup>217</sup> Oikeustapauksissa on kaksi merkityksellistä oikeustapausta, jotka ovat kehittäneet valikoivan jakelun vakavan kilpailunrajoittamisen tulkintaa. Vuonna 1982 tuomioistuin antoi päätöksensä AEG asiassa. Tällöin tuomioistuin viittasi valikoivan jakelun hintakilpailun rajoittumiseen vaikuttavien tekijöiden ollessa hintoja nostava tekijä ja perusteli tätä välillisesti laadullisten kriteerien perusteella. Samalla tuomioistuin esitti hintojen pysyvän kapeammalla välillä pelkästään erikoistuneiden kilpailijoiden välissä<sup>218</sup>. Toisin sanoen, mikäli kilpailussa olisi osallisena muita kuin erikoistuneita liikkeitä voisi olla mahdollista muodostaa tehokkaampaa hintakilpailua.

*”Hintakilpailun rajoittamisen on kuitenkin katsottava olevan erottamaton osa valikoivaa jakelujärjestelmää, koska erikoistuneiden liikkeiden käyttämät hinnat pysyvät väistämättä suppeammassa hintahaarukassa kuin tilanteessa, jossa vallitsisi kilpailu erikoistuneiden ja erikoistumattomien liikkeiden välillä.”<sup>219</sup>*

Tätä vuoden 1982 oikeustapausta käytettiin myöhemmin vuonna 2011 tuomioistuimessa viittaamaan hintakilpailun rajoittamiseen valikoivalla jakelujärjestelmällä tapauksessa Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS, jolloin ensimmäistä kertaa, kun tuomioistuin on

---

<sup>215</sup> Leivo et al., 2012, s.542

<sup>216</sup> Oinonen, 2016, s.116

<sup>217</sup> Leivo et al., 2012, s.543

<sup>218</sup> Asia 107/82 AEG v komissio, kohta 42

<sup>219</sup> Asia 107/82 AEG v komissio, kohta 42

nimenomaisesti todennut valikoivan järjestelmän luovan ”tarkoitukseen perustuvan kilpailunrajoituksen” mikäli objektiivisia perusteluja ei ole ollut<sup>220, 221</sup>.

Ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa on käsitelty kohdassa 4.6.2.2. nimenomaan laadullisten kriteerien merkitystä valikoivien sopimuksien kilpailua rajoittavia ominaisuuksia, jolloin on esimerkiksi viitattu juuri Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS ja AEG tuomioihin. Näitä tuomioita aikaisempi niin kutsuttu Metro tuomio on taas muodostanut pohjan kuinka valikoivien järjestelmien laadullisia kriteerejä, voidaan käyttää ja mitä ehtoja valikoivan jakelun sopimuksien tulee täyttää, jotta ne voivat jäädä SEUT 101 artiklan 1 kohdan ulkopuolelle<sup>222</sup>. Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tapauksessa voidaan puhua myös poikkeuksesta aikaisempaan ja myöhempään tulkintaan, joka oli noudattanut Metro I ratkaisuun perustuvaa näkemystä.<sup>223</sup> Toisin kuin Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tuomiossa Metro I tuomiossa on nähty hintakilpailun olevan vain yksi osa valikoivan jakelujärjestelmän kilpailun rajoittumisen arviointia, jolle ei välttämättä edes ole tarpeellista antaa ensisijaista painoarvoa.

*”Vaikka hintakilpailu onkin niin tärkeää, ettei sitä voida koskaan kokonaan poistaa, se ei kuitenkaan ole ainoa toimivan kilpailun muoto, eikä sitä kaikissa olosuhteissa tarvitse pitää ehdottoman ensisijaisena.”<sup>224</sup>*

Ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 on pyrkinyt selkeyttämään oikeustilaa Pierre Fabre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tuomion jälkeen. Vuoden 2010 ja 2022 ryhmäpoikkeusasetusten välissä annettu Pierre Fabre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tuomio aiheutti epäselvyyksiä valikoivan jakelujärjestelmän mahdollisista vakavista kilpailurajoituksista ja niiden tulkinnasta. Pierre Fabre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tuomiossa oli käytetty sanamuotoa ”tarkoitukseen perustuvan kilpailunrajoitus” mikä komission terminologian

---

<sup>220</sup> Leivo et al., 2012, s.543

<sup>221</sup> Asia C-439/09 Pierre Fabre, kohta 39

<sup>222</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 148

<sup>223</sup> Vanhanen, 2019, s.88

<sup>224</sup> Asia C-26/76 Metro v komissio, kohta 21



mukaisesti tarkoittaisi vakavaa kilpailunrajoitusta<sup>225</sup>. Vuoden 2010 Ryhmäpoikkeusasetuksessa tai sen suuntaviivoissa ei kuitenkaan pääsääntöisesti ole nähty lähtökohtaisesti valikoivan jakelujärjestelmän luovan suoraan vakavaa kilpailunrajoitusta, johon Pierre Fabre Fabre Dermo-Cosmétique SAS tuomiossa on päädytty. Vuoden 2022 ryhmäpoikkeusasetuksen suuntaviivoissa on selkeytetty valikoivan jakelujärjestelmän kriteeristöä vahvistamalla tulkinnassa niin kutsuttuja Metro-kriteerejä edellytyksenä valikoivan jakelujärjestelmän hyväksyttävyydelle. Asiaa on perusteltu ryhmäpoikkeusasetuksen suuntaviivojen kohdassa 148:

*” Tämä johtuu siitä, että jos nämä kriteerit täyttyvät, voidaan olettaa, että valikoivaan jakeluun liittyvä tuotemerkin sisäisen kilpailun rajoittumiseen kompensoituu tuotemerkkien välisen laatukilpailun parantumisella. ”<sup>226</sup>*

#### **4.7.1. Valikoivan jakelujärjestelmän Metro-kriteerit**

Ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa on ilmaistu niin kutsutut Metro-kriteerit suoraan vaatimuksina, jotka valikoivan ja määrällisen jakelujärjestelmän tulee täyttää. Tästä kuitenkin voidaan poiketa, mikäli toimittajan tai valmistajan ja ostajan markkinaosuudet ovat enintään 30 prosenttia ja sopimus ei sisällä vakavimpia kilpailunrajoituksia. Tärkeän huomion ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivat tekevät myös siinä, ettei toimittajalla ole lähtökohtaisesti velvollisuutta julkaista valintaperiaatteitaan valikoivissa jakelujärjestelmäsopimuksissaan.<sup>227</sup>

Metro-kriteerit jaotellaan ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa kolmeen eri näkökulmaan. Ensimmäisenä kriteerinä on, kysymys siitä onko valikoiva jakelujärjestelmä tarpeellinen laadullisesta näkökulmasta. Tämän lisäksi tulee arvioida, onko kyseisillä tuotteilla mahdollisia perusteluita tuotteiden maineen suojaamiseksi.

---

<sup>225</sup> Leivo et al., 2012, s.543

<sup>226</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 148

<sup>227</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 151

*”Valikoivan jakelun käyttö voi olla oikeutettua esimerkiksi erityisen laadukkaiden tai korkean teknologian tuotteiden tai ylellisyystuotteiden tapauksessa. Tällaisten tuotteiden laatu ei pysty välttämättä ainoastaan niiden aineellisiin ominaisuuksiin vaan myös niiden maineeseen.”<sup>228</sup>*

Toisena Metro-kriteerinä ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa annetaan objektiivisuus. Objektiivisuudella pyritään ryhmäpoikkeusasetuksen suuntaviivojen mukaan syrjimättömyyteen eli tulisi huomioida valintaprosessissa kaikki mahdolliset jälleenmyyjät, jotka voisivat toteuttaa jälleenmyyntiä valikoivassa jakelujärjestelmässä. Kolmantena Metro-kriteerinä mainitaan vaatimus siitä, ettei sopimuksessa saa asettaa ankarampia vaatimuksia mitä on välttämätöntä sopimuksen toteuttamiselle.<sup>229</sup>

#### **4.8. Yksinostovelvoitteet**

Yksinostovelvoitteet tarkoittavat tilannetta, jossa jälleenmyyjälle tai toimitusketjussa myöhemmällä portaalla olevaa toimijaa pyritään ohjaamaan ostamaan tiettyä tuotemerkkiä tietyltä taholta aikaisemmalta jakeluportaan tasolta.

Tarkastellessa yksinostovelvoitetta tulee huomioida mahdolliset eroavaisuudet eri kilpailunrajoitusten välillä, kuten yhden tuotemerkin määräämisen ja yksinmyyntisopimusten näkökulmista.

Yhden tuotemerkin näkökulmasta yksinostovelvoitteella voi olla rajoittava vaikutus jälleenmyyjän tarpeeseen ostaa muiden kilpailevien valmistajien taikka toimittajien tuotteita taikka palveluita, mutta yksinostovelvoitteen tarkoituksena ei saisi olla estää jälleenmyyjää ostamasta kilpailevia tuotteita<sup>230</sup>. Tällaisella toiminnalla voi olla

---

<sup>228</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 149

<sup>229</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 149

<sup>230</sup> Leivo et al., 2012, s.529

markkinoiden sulkemista aiheuttava vaikutus, joka rajoittaa kilpailua. Tällainen toiminta ei välttämättä ole kiellettyä kaikissa tilanteissa, mutta mikäli toiminnan tarkoitus on ainoastaan rajoittaa kilpailua markkinalla, voidaan se tulkita kielletyksi kilpailunrajoitukseksi.<sup>231</sup>

Kielletyksi kilpailunrajoitukseksi yksinostovelvoite voi muodostua tilanteissa, joissa yksinostovelvoite mahdollistaa valmistajalle tai toimittajalle mahdollisuuden harjoittaa esimerkiksi alueellista hintasyrjintää, jolloin tällainen toiminta voidaan tulkita yhteismarkkinatavoitteen vastaiseksi toiminnaksi.<sup>232</sup>

Yksinostovelvoitteita voidaan tavanomaisesti kohdata yksinmyyntisopimuksien yhteydessä ja onkin tavanomaista, että sekä yksinostovelvoitetta että kilpailukieltolauseketta sovelletaan yksinmyyntisopimuksissa. Yksinmyyntisopimus luonteeltaan aiheuttaa kilpailun rajoittumista markkinalla, mutta kun se yhdistetään yksinostovelvoitteeseen voi kilpailua rajoittava vaikutus merkittävästi kasvaa. Yksinmyyntisopimukseen voidaankin lähtökohtaisesti yhdistää sekä yksinostovelvoite että kilpailukieltovelvoite, kunhan jälleenmyyjien lukumäärä on korkeintaan viisi ja kilpailukieltovelvoite on enintään viisi vuotta.<sup>233</sup>, <sup>234</sup> Yksinmyyntisopimuksissa poiketen yhden tuotemerkin tyyppisistä sopimuksista voi pääsääntöisesti toimittaja määrittää jälleenmyyjälle yksinostovelvoitteen koskien kyseistä tuoteryhmää vain toimittajalta tai valmistajalta, jolta saa yksinmyyntisopimuksen.<sup>235</sup>

---

<sup>231</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>232</sup> Leivo et al., 2012, s.529

<sup>233</sup> Leivo et al., 2012, s.529

<sup>234</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 110

<sup>235</sup> Wikberg, 2011, s.240

#### 4.9. Franchisesopimukset

Franchisesopimukset tarkoittavat sopimuksia, joihin pääsääntöisesti liittyy päämiehen liikeidean hyödyntäminen franchise-ottajan eli toisen yrityksen hyödynnettäväksi<sup>236</sup>. Franchisesopimukset, toiselta nimeltään luvakesopimukset, sisältävät useimmiten erilaisia immateriaalisia käyttöoikeuksia ja niiden suojauksia. Pääsääntöisesti Franchisesopimukset kuuluvat vertikaalisiin sopimuksiin.<sup>237</sup> Franchisesopimukset voivat sisältää franchise-antajalta franchise-ottajalle annettavia oikeuksia käyttää esimerkiksi yhteistä nimeä tai tunnusta ja immateriaalioikeudellista informaatiota, kuinka tuottaa tiettyä palvelua tai tuotteita. Franchise-antaja voi myös suoraan pyrkiä tukemaan franchise-ottajaa taloudellisesti tai muulla tavoin antamalla apua esimerkiksi teknisiin ongelmiin.<sup>238, 239, 240</sup>

Franchisesopimuksia arvioitaessa tulee huomioida markkinaosuusrajat, jotka ovat toimittajalle ja ostajalle 30 prosenttia. Erityisenä huomiona kuitenkin muihin vertikaalisiin sopimuksiin, joita koskee markkinaosuusrajat, on se kuinka markkinaosuusraja lasketaan franchisesopimuksissa.

Kun franchisesopimukseen sisältyy tavaroiden tai palveluiden lisäksi myös immateriaalioikeuksia, tulee niitä pääsääntöisesti tarkastella toimittajan markkinaosuusrajan laskennassa. Toisin sanoen, kun toimittaja tarjoaa franchisesopimuksessa tavaroiden ja palveluiden lisäksi immateriaalioikeuksia franchise-ottajalle, muodostuu tällöin kokonaisuudessa liiketoimintamalli franchise-ottajalle. Tällöin toimittajan tulee laskea markkinaosuutensa laskemalla kaikki kyseistä liiketoimintamallia toteuttavat franchise-ottajat mukaan toimittamiensa tavaroiden ja palveluiden arvojen perusteella. Franchise-antajan on laskettava myös markkinalla olevien kilpailijoiden franchise-liiketoimintamallia harjoittavien markkinaosuudet, mutta myös ne toimijat, jotka tarjoavat korvaavia tai

---

<sup>236</sup> Leivo et al., 2012, s.564

<sup>237</sup> Oinonen, 2016, s.118

<sup>238</sup> Joutsamo et al. 2000, s.540

<sup>239</sup> Oinonen, 2016, s.118

<sup>240</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 166

vastaavia tuotteita tai palveluita. Pääsääntöisesti kuitenkin merkityksellisillä markkinoilla toimivat franchise-toimijat laskevat markkinaosuutensa verraten kyseisellä markkinalla toimiviin muihin franchise-toimijoihin. Esimerkiksi pikaruokapalveluiden markkinoilla toimivien franchise-oikeuksien myöntäjien on verrattava omaa markkinaosuuttansa muihin franchise-oikeuden saaneiden yritysten myyntilukuihin kyseisellä markkinalla.<sup>241</sup>

Franchisesopimuksissa tulee huomioida franchise-ottajan olevan omalla riskillään toimiva yritys eikä niinkään suorassa riskissä franchise-antajan kanssa.<sup>242</sup> Tämä tulee huomioida vaikkakin usein franchise toiminnan alussa franchise-antaja voi tukea myös taloudellisesti franchise-ottajaa aloittamaan franchise-liiketoiminnan niin lopulta liikeriskin kyseisellä franchise-yrityksellä kantaa franchise-ottaja. Tätä oletttamaa myös tukee pääsääntöisesti franchise-sopimuksissa oleva rojaltien maksuehto franchise-antajalle, joka hyötyy taloudellisesti franchise-ottajasta näiden maksujen pohjalta.<sup>243</sup> Usein myös franchise liiketoiminta voi olla todellisuudessa useiden franchise-ottajan ja yhden franchise-antajan kokonaisuus, josta syntyy franchise-verkosto. Tällainen verkosto voi luoda mahdollisuuden franchise-antajalle kehittää liiketoimintaa tästä näkökulmasta pidemmälle sekä saada osaamisen kehittämisestä lisää tuloja. Samalla toki mittakaavaedut voivat merkittävästi parantua antajalla ja toisaalta taas franchise-ottajille franchise toiminta tarjoaa kohtuullisilla kuluilla valmiin konseptin.<sup>244</sup>

Franchising yrittäjät voivat myös mahdollisesti joutua sitoutumaan välillisesti kilpailua rajoittavaan kilpailukieltosopimukseen franchise-sopimuksen muodostuksen yhteydessä, jossa kielletään franchise yrittäjää perustamasta kilpailevaa liiketoimintaa franchising-sopimuksen päättymisen jälkeen kohtuulliseksi ajaksi.<sup>245, 246, 247</sup> Franchisejärjestelmällä

---

<sup>241</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 167 ja kohta 174

<sup>242</sup> Leivo et al., 2012, s.564

<sup>243</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 166

<sup>244</sup> Leivo et al., 2012, s.564–565

<sup>245</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>246</sup> Leivo et al., 2012, s.572

<sup>247</sup> Oinonen, 2016, s.119

rajoitetaan franchise-ottajan mahdollisuuksia toteuttaa kilpailevaa toimintaa merkittävästi ja siitä on ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa ilmaistu näin:

*”Tällaisia ovat esimerkiksi rajoitukset, joilla estetään franchise-oikeuden saajaa käyttämästä franchise-oikeuden antajan tarjoamaa taitotietoa tai apua tämän kilpailijoiden hyödyksi, sekä oikeuden saajan ostamia tavaroita tai palveluja koskevat kilpailukieltovelvoitteet, jotka ovat välttämättömiä franchise-verkoston yhteisen identiteetin ja maineen säilyttämiseksi. Jälkimmäisessä tapauksessa kilpailukieltovelvoitteen kesto on merkityksetön, edellyttäen että se ei ylitä varsinaisen franchise-sopimuksen kestoa.”<sup>248</sup>*

Franchisejärjestelmässä on mahdollista soveltaa valikoivan jakelun tai yksinmyyntisopimuksien tyyppisiä periaatteita. Pääsääntöisesti franchisejärjestelmät noudattavat jompaakumpaa periaatetta, mutta mikäli mallia alue- ja asiakasrajoituksille ei ole valittu niin tällöin tulee franchise-sopimuksen rajoitusten sallittavuutta arvioida tapauskohtaisesti SEUT 101 artiklan 3 kohdan mukaisesti.

Yksinmyyntimallissa franchise-ottajalle määritellään yksinoikeus tietyllä alueella opeointiin verrattuna muihin franchisejärjestelmän sisällä toimiviin franchise-ottajiin. Passiivinen myynti muille franchisejärjestelmässä toimiville franchise-ottajille on pääsääntöisesti kuitenkin sallittava. Valikoivan jakelun mallissa taas franchise-antaja pääsääntöisesti asettaa kriteeristön eri yrityksille, joiden pohjalta franchise-antaja valitsee sopivat franchise-ottajat franchisejärjestelmäänsä operoimaan. Nämä franchise-ottajat sitten sitoutuvat olemaan myymättä tuotteita tai palveluita muille kuin samaan franchisejärjestelmään kuuluville muille franchise-ottajille. Tällöin syntyy valikoiva jakelujärjestelmä franchisejärjestelmän sisälle, johon sovelletaan ja tulkitaan alue- ja asiakasrajoituksia saman kaltaisesti kuin normaaleissa valikoivissa jakelujärjestelmissä.<sup>249</sup>

---

<sup>248</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 166

<sup>249</sup> Leivo et al. ,2012, s.570–571

Franchisejärjestelmiä koskee pääsääntöisesti sama vakavimpien kilpailua rajoittavien ehtojen tai toimenpiteiden kielto kuten muitakin vertikaalisia jakelu- tai toimitussopimuksia. Yleisiä käytettyjä poikkeuksia kuitenkin löytyy, jotka pääsääntöisesti koskettavat juuri franchisejärjestelmää. Tällaisena voidaan pitää esimerkiksi määrähinnan väliaikaista määrittämistä esimerkiksi alennuskampanjassa tai vastaavassa tilanteessa, jossa tietyille tuotteille franchise-antaja määrittää enimmäis- tai kiinteänhinnan kampanjan ajaksi. Tällainen lyhytaikainen koordinoitu alennuskampanja on ryhmäpoikkeusasetuksen 720/2022 suuntaviivoissa katsottu olevan useimmiten 2–6 viikkoa.<sup>250</sup> Pääsääntöisesti kuitenkin alennuskampanjan hintatavoitteeseen voidaan päästä kiinteänhinnan sijasta tällaisissa tilanteissa enimmäishinnan määrittämisellä.<sup>251</sup>

---

<sup>250</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 197

<sup>251</sup> Leivo et al., 2012, s.569

## 5. Vertikaalisen ryhmäpoikkeusasetuksen kehityksen pääpiirteet

Ryhmäpoikkeusasetuksen kehityksessä on tapahtunut muutoksia kun 720/2022 ryhmäpoikkeusasetus on astunut voimaan. Tämä ryhmäpoikkeusasetus on korvannut aikaisemman 330/2010 ryhmäpoikkeusasetuksen, mutta on säilyttänyt suurimman osan merkityksellisestä sisällöstään. Pääsääntöisesti ryhmäpoikkeusasetuksen päivitys on pyrkinyt tuomaan ryhmäpoikkeusasetuksen entistä enemmän nykyisen markkinaympäristön määrittämään tilaan päivittäen digimarkkinoita koskevia osioitaan.

Ryhmäpoikkeusasetuksen muutoksessa on verkkokaupan kasvun myötä tullut uudistuksia ja selkeytystä useisiin eri kohtiin, joita käsittelen jäljempänä tarkentavasti analysoiden ryhmäpoikkeusasetusten eroja asetuksen eri artiklojen muutosten pohjalta.

### 5.1. Digimarkkinan kehitys ja pariteettivelvoitteet

Digitaalisten alustojen toimintaan on myös kiinnitetty huomiota uuden ryhmäpoikkeusasetuksen lainsäädäntötyössä. Digitaalisten alustojen markkina-aseman kehityksessä on syntynyt mahdollisuus estää jälleenmyyjiä tai kuluttajia käyttämästä alustoja omien tuotteidensa myyntiin. Uudella ryhmäpoikkeusasetuksella on pyritty puuttumaan tähän kilpailua rajoittavaan mahdollisuuteen antamalla tälle tiukemmat rajat, jotta useammat yritykset pystyvät toimimaan reilussa kilpailuasemassa toisiinsa nähden ilman digitaalisen alustan hallinnoijan vaikutusta. Tällöin vältetään kohtuuttomalta kilpailunrajoittamiselta.<sup>252</sup>

Ryhmäpoikkeusasetuksessa alustojen välisillä pariteettivelvoitteilla tarkoitetaan velvoitteita, jotka aiheuttavat sen, ettei muut palveluiden ostajat voi jälleenmyydä tuotteita tai

---

<sup>252</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta



palveluita kilpailevien verkossa toimivien välityspalveluiden kautta. Vähittäiskaupassa taas pariteettivelvoitteet perustuvat pääsääntöisesti sopimusehtoon tai järjestelyyn, jota kautta taas pyritään vaikuttamaan verkon välityspalveluita käyttävään ostajaan tai loppukäyttäjään.<sup>253, 254</sup>

Pariteettivelvoitteet voidaankin jakaa pääsääntöisesti kahteen eri näkökulmaan eli alustojen väliseen pariteettivelvoitteeseen ja vähittäiskaupan pariteettivelvoitteeseen. Vähittäismyynnin pariteettivelvoitteissa täytyy erotella niin kutsutut ”suppeat vähittäistason” pariteettivelvoitteet, jotka tarkoittavat suoramyyntikanavilla tarjottavia ehtoja. ”Laajoilla vähittäistason” pariteettivelvoitteilla tarkoitetaan taas kaikissa myyntikanavissa tarjottuja ehtoja. Pääsääntöisesti vähittäistason pariteettivelvoitteet voivat kuulua artiklan 2 1 kohdan poikkeuksen piiriin, kun taas eri alustojen väliset vähittäistason pariteettivelvoitteet eivät kuulu ryhmäpoikkeuksen soveltamisen piiriin.<sup>255</sup>

Alustojen välisiä pariteettivelvoitteita taas sekoittaa sekä vähittäismyynnin toiminta alustoilla, että eri alustatarjoajien toiminta alustoillaan. Alustatarjoajat ottavat pääsääntöisesti esimerkiksi komissioita myydyistä tuotteista ja näiden komissioiden kilpailua rajoittavat pariteettivelvoitteet voivat olla merkittäviä kilpailua rajoittavia tekijöitä. Ryhmäpoikkeusasetuksen uudistuksessa on pyritty huomioimaan se, ettei alustojen välinen kilpailu toteudu alustojen komissioiden osalta eli niiltä osin kuin internetin kautta markkinapaikkoina toimivat yritykset perivät komissioita myydyistä tuotteista. Komission alentaminen ei ole vaikuttanut kannattavalta, mikäli se ei johda alhaisempaan vähittäismyynnihintaan alustalla, jolloin se kilpailisi muiden alustojen kanssa.<sup>256</sup>

Alustojen pariteettivelvoitteet, joilla pyritään estämään välityspalveluiden ostajia tarjoamasta tai myymästä tuotteitaan loppukäyttäjille muilla kilpailevilla alustoilla aiheuttavat todennäköisesti kilpailunvastaisia vaikutuksia. Samalla täytyy huomioida mahdollinen

---

<sup>253</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 253

<sup>254</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 357

<sup>255</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 359 ja kohta 360

<sup>256</sup> Buettner et al, 2022 s.459

kolluusioriski tilanteissa, joissa tällaista menettelyä sovellettaisiin ostajiin nähden alustoilla, sillä silloin palveluntarjoaja voi mahdollisesti nostaa välityspalveluidensa hintaa. Alustojen välisten pariteettivelvoitteiden katsotaan pääsääntöisesti olevan vakavampia, mikäli useat palveluntarjoajat käyttävät pariteettivelvoitteita rajoittaakseen ostajien toimintaa.<sup>257</sup>

## 5.2. Digitaalisen kaupankäynnin vaikutus kaksoishinnoitteluun

Uuden ryhmäpoikkeusasetuksen tavoitteena on ollut päivittää ryhmäpoikkeusasetusta huomioimaan enemmän markkinoiden nykytilaa erityisesti huomioiden digimarkkinan kasvun vaikutuksia. Yhtenä esimerkkinä on kaksoishinnoittelu (dual pricing) eli tilanne, jossa toimijalla, esimerkiksi tukkuliikkeellä, on eri hinnat verkossa ja kivijalkamyymälässä. Aikaisemmin 330/2010 tämä on ollut pääsääntöisesti kiellettyä, mutta 720/2022 ryhmäpoikkeusasetuksen päivityksen myötä tästä on tietyillä ehdoilla tullut sallittua, mikäli se ei aiheuta syrjintää tai rajoita kilpailun toteutumista esimerkiksi jälleenmyyjien mahdollisuuksien rajoittuessa. Tavoitteena on ollut huomioida esimerkiksi kivijalkakaupan ja verkkokaupan kustannusten eroa tarjoten mahdollisuuden siirtää kustannuksia tuotteiden hintoihin.<sup>258, 259</sup>

Ryhmäpoikkeusasetuksen kaksoishinnoittelulla pyritään mahdollistamaan kannustimet investointeihin verkon tai fyysisen ympäristön myyntikanaviin. Kaksoishinnoittelulla ei ole tarkoitus olla rajoittavana tekijänä tietyille alueelle tai asiakasryhmälle ja mikäli kaksoishinnoittelulla pyritään tosiasiallisesti luomaan ostajalle merkittäviä rajoitteita tai estää ostajaa käyttämästä internettiä jälleenmyydäkseen tuotteita jakeluketjussaan voidaan se katsoa vakavimpiin kuuluvaksi kilpailunrajoitukseksi.<sup>260</sup>

---

<sup>257</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 360

<sup>258</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>259</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 209

<sup>260</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 209

### 5.3. Digitaalisen kaupankäynnin vaikutus aktiiviseen ja passiivisen myynnin suo- jaan

Ryhmäpoikkeusasetuksen uudistuksessa on pyritty suojaamaan passiivista internetpoh-  
jaista myyntiä. Ryhmäpoikkeusasetuksen suuntaviivoissa 720/2022 onkin ilmaistu näin:

*”Esimerkiksi verkkokaupan perustaminen on passiivista myyntiä, sillä se on keino, jonka avulla mahdolliset asiakkaat voivat tavoittaa myyjän”.*<sup>261</sup>

Tämä taas tarkoittaa sitä, että uusi ryhmäpoikkeusasetus asettuu kohtuullisen vahvasti sen kannalle, että verkkokauppatoiminta on lähtökohtaisesti passiivista myyntiä, ellei myyjä ole aktiivisesti lähestynyt asiakasta. Samoin erilaiset mekaniikat, joilla myyjät voi-  
vat parantaa näkyvyyttään internetissä kuten hakukoneoptimointi ovat passiivisen myynnin tehostamisen muotoja.<sup>262</sup>

Kuitenkin esimerkiksi valikoivassa jakelussa on mahdollista muodostaa verkkomyyntika-  
navia, jotka ovat rajoitettuja tietyille alueelle tai kielelle mikä ei ole yleisesti käytössä oleva. Tällaiset rajoitukset voidaan nähdä aktiivisen myynnin tyyppisinä alue- tai asiakas-  
rajoituksina. Tällöin tietyissä tapauksissa valikoivan myynnin tilanteissa voidaan verkko-  
myyntejä pitää aktiivisena myyntinä.<sup>263</sup>

### 5.4. Digimarkkina ja kaksoisjakelu

Digimarkkinoiden kasvettua ryhmäpoikkeusasetusten välisenä aikana on syntynyt mo-  
nille yrityksille mahdollisuus rajoittaa kilpailuetuja, joita valmistaja tai toimittaja

---

<sup>261</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 211

<sup>262</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 212

<sup>263</sup> Buettner et al, 2022 s.456

vertikaalisessa toimitusketjussa pyrkii hyödyntämään jälleenmyyjiinsä nähden. Tällainen tilanne voi syntyä esimerkiksi, mikäli markkinatoimija hyödyntää useita myyntikanavia digimarkkinoilla. Tällöin voi syntyä tilanne, jossa valmistaja tai toimittaja pyrkisi rajoittamaan kilpailua digitaalisella kaupankäyntialustalla jälleenmyyjiltään. Ryhmäpoikkeusasetuksen tarkoituksena on niin sanotussa kahden jakelukanavan järjestelyssä (dual distribution) sallia jälleenmyyjien kilpailua suhteessa toimittajaan tai valmistajaan.<sup>264</sup>

Kaksoisjakelulla tarkoitetaan pääsääntöisesti tilannetta, jossa toimittaja tai valmistaja toimii jakeluketjun useilla eri tasoilla ja kilpailee muiden tuotteiden jakelijoiden tai jälleenmyyjien kanssa. Kaksoisjakelussa ryhmäpoikkeuksen kaksi poikkeusta koskevat kaksoisjakeluskenaarion. Kaksoisjakeluskenaarion on täytettävä molempien poikkeuksien ehdot, jotta niin kutsuttua ryhmäpoikkeusta voidaan soveltaa kaksoisjakeluskenaarioon. Pääsääntöisesti kaksoisjakeluskenaarion voidaan katsoa lisäävään mahdollisesti tehokkuuksia tuotannossa ja jakeluprosesseissa, kun toimijat jakavat toistensa kanssa tietoja. Kuitenkin tietojenvaihto, joka ei ole suoraan ole välttämätöntä sopimuksessa tarkoitettujen tavaroiden tai palveluiden toteuttamiseksi, voidaan katsoa sellaiseksi tietojen vaihdoksi mikä poistaa ryhmäpoikkeuksen.<sup>265</sup>

### 5.5. Ryhmäpoikkeusasetuksen sisällön kehitys

Vanha komission asetus koskien SEUT 101 3 kohtaa eli ryhmäpoikkeusasetusta on vanhentunut 31.5.2022. Tätä varten komissio on julkaissut 9.7.2021 luonnoksen julkista kuulemistä varten. Myös julkisen kuulemisen perusteella 4.2.2022 on julkaistu dokumentti, jolla pyritään ohjaamaan informaatiota kaksoisjakelun kannalta. Uusi vertikaalisia

---

<sup>264</sup> Hyödynnetty ChatGPT.com tuottamia tiivistyksiä ja hakukonetta

<sup>265</sup> Komission tiedonanto 2022/C 248/01 kohta 96

sopimuksia koskeva ryhmäpoikkeusasetus ja siihen liittyvät suuntaviivat on hyväksytty 10.5.2022. Kyseinen uusi asetus on astunut voimaan 1.6.2022<sup>266</sup>.

### 5.6. Artiklojen historiallista vertailua ryhmäpoikkeusasetusten välillä

Nämä ryhmäpoikkeusasetuksen artikloiden verrannot uudistuvan ryhmäpoikkeusasetuksen ja 31.5.2022 saakka voimassa olleen ryhmäpoikkeusasetuksen välillä on toteutettu ryhmäpoikkeusasetuksen 330/2010 pohjalta verraten 9.7.2021 julkaistuun luonnokseen ”komission tiedonantoon Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin annetun komission asetusluonnoksen sisällön hyväksymisestä”<sup>267</sup>. Luonnoksen ja 330/2010 ryhmäpoikkeusasetuksen verrannon jälkeen on verrattu 10.5.2022 hyväksyttyä ryhmäpoikkeusasetusta 2022/720.

Euroopan unionin komission julkaisema lehdistötiedote on tiivistänyt vertikaalisen ryhmäpoikkeusasetuksen muutoksien pääkohdat. Turvasataman edellytyksiä tiukennetaan kaksoisjakelun osalta ja pariteettivelvoitteiden osalta<sup>268</sup>. Tietyt kaksoisjakelu piirteet ja pariteettivelvoitteet eivät enää kuulu voimaan astuneen ryhmäpoikkeusasetuksen piiriin<sup>269</sup>. Kaksoisjakelu tilanteeksi voidaan todeta skenaario, jossa tavaran taikka palvelun toimittaja myy tuotteitaan taikka palveluitaan sekä varhaisemmassa että myöhäisemmässä vaiheessa tarjontaketjua, sekä kilpailee riippumattomien jakelijoiden kanssa.<sup>270</sup> Pariteettivelvoitteilla tarkoitetaan tässä yhteydessä tilannetta, jossa

---

<sup>266</sup> Komission asetus (EU) 2022/720, (annettu 10.5.2022, voimassa 1.6.2022), Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin, artikla 11

<sup>267</sup> Asetus 330/2010 ja Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021).

<sup>268</sup> Euroopan komissio Lehdistötiedote (10.5.2022) Kilpailunrajoitukset: Komissiolta uusi vertikaaliryhmäpoikkeusasetus ja uudet vertikaalisuuntaviivat.

<sup>269</sup> Euroopan komissio Lehdistötiedote (10.5.2022) Kilpailunrajoitukset: Komissiolta uusi vertikaaliryhmäpoikkeusasetus ja uudet vertikaalisuuntaviivat.

<sup>270</sup> Asetus 2022/720 kohta 12

*”verkossa toimivien välityspalveluiden ostajat eivät tarjoa, myy tai jälleenmyy tavaroita tai palveluita loppukäyttäjille suotuisimmin ehdoin kilpailevien verkossa toimivien välityspalveluiden kautta.”<sup>271</sup>*

Uudessa ryhmäpoikkeusasetuksessa ja sen suuntaviivoissa myös laajennetaan turvasatamaa tiettyjen rajoitusten osalta, jotka koskevat aktiivisen myynnin harjoittamisen rajoittamista ja tarkennetaan verkkomyynnin käytänteitä samaan jakelijaan kohdistuvista kustannuksista eri tilanteissa. Turvasatamaa laajennetaan myös valikoivan jakelun järjestelmien kriteeristöihin, joilla voidaan erotella verkkokauppa ja fyysinen kauppa.<sup>272</sup>

#### **5.6.1. Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 1 Määritelmät**

Ryhmäpoikkeusasetuksen artiklaan 1 oli 9.7.2021 luonnosversion perusteella tulossa useita eri lisäyksiä tarkentamaan ryhmäpoikkeusasetuksen 330/2010 artiklaa 1. Artiklassa määritelmiin on luonnoksen mukaan tulossa lisäys ”toimittajasta” ja tämä tulee olemaan kohdassa d. Tällä tarkoitetaan verkossa toimivia välityspalveluita.<sup>273</sup> Asetuksen luonnoksen artiklan 1 kohdassa g on myös lisäys ”yksinmyyntijärjestelmästä”, jolla tarkoitetaan jakelujärjestelmää, jossa asiakaskunta on kohdennettu hyvin rajalliseksi muutamille tai vain yhdelle ostajalle taikka toimittajalle itselleen. Tällöin yksinmyyntijärjestelmässä myös määräytyy volyyymi, jolla toimittaja voi operoida.<sup>274</sup> Kumpikaan artiklan 1 lisäyksistä ei poista aikaisemmassa ryhmäpoikkeusasetuksen kohdassa ollutta kohtaa vaan nämä vanhat kohdat ovat siirtyneet aakkosissa toiseen kohtaan.

2022/720 10.5.2022 hyväksytyssä ryhmäpoikkeusasetuksessa artikla 1 eli määritelmissä on pääsääntöisesti noudatettu 9.7.2021 luonnosta, mutta niitä on yksinkertaistettu ja

---

<sup>271</sup> Asetus 2022/720 kohta 16

<sup>272</sup> Euroopan komissio Lehdistötiedote (10.5.2022) Kilpailunrajoitukset: Komissiolta uusi vertikaaliryhmäpoikkeusasetus ja uudet vertikaalisuuntaviivat.

<sup>273</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.5

<sup>274</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.5

lyhennetty. Kuitenkin verrattuna luonnokseen on artiklaan 1 kohtaan 1 on lisätty osio e, joka käsittelee määritelmää verkossa toimivilla välityspalveluilla ja poistettu kohta n luonnoksesta, joka käsitteli luonnoksessa aktiivisen ja passiivisen myynnin rajoittamista omana erillisenä määritelmänään. Myös kohta k on poistettu hyväksytystä voimaan astuneesta ryhmäpoikkeusasetuksesta 2022/720, jota käsiteltiin ryhmäpoikkeusasetuksen luonnoksessa 9.7.2021. Kyseisellä kohdalla tarkoitettiin määritelmää ostajan asiakkaasta, joka on poistettu.<sup>275</sup> E-kohtan lisäys artiklan 1 kohtaan 1 ja kohtien n ja k poistuminen on siirtänyt muita artiklan 1 kohdan 1 määritelmiä aakkosjärjestyksessä alemmaksi.

Ryhmäpoikkeusasetuksen luonnokseen 9.7.2021 artiklaan 1 on myös kirjattu uudet määritelmät l ja m. Nämä uudet määritelmät käsittelevät kahta eri uutta termiä, jotka ovat aktiivinen myynti ja passiivinen myynti<sup>276</sup>. Tiivistetysti aktiivisella myynnillä tarkoitetaan tässä ”aktiivista yhteydenpitoa asiakkaisiin” useilla erilaisilla metodeilla. Passiivisella myynnillä tarkoitetaan ”yksittäisten asiakkaiden omasta aloitteesta” tekemiä toimenpiteitä, siten ettei asiakkaan toiminta perustu ”sitä edeltäneeseen aktiiviseen mainontaan”.<sup>277</sup> Ryhmäpoikkeusasetus luonnoksen 1 artiklan kohdassa 1 osassa l on ”aktiivinen myynti” ja m -osassa ”passiivinen myynti”<sup>278</sup>. Vahvistetussa voimaan astuneesta ryhmäpoikkeusasetuksessa 2022/720 on ilmaistu vastaavanlaisesti artiklan 1 kohdan 1 m ja l osiot kuin mitä on luonnosversiossa ilmaistu. Kuitenkin sekä 330/2010 ryhmäpoikkeusasetuksessa ja 9.7.2021 ryhmäpoikkeusasetuksen luonnosversioissa artikla 1 kohdassa 1 on määritelty ”ostajan asiakas”, joka on uudesta 2022/720 ryhmäpoikkeusasetuksesta poistettu.<sup>279</sup>

---

<sup>275</sup> Asetus 2022/720 artikla 1 kohta 1 e

<sup>276</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.6

<sup>277</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.6

<sup>278</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.6

<sup>279</sup> Asetus 330/2010 artikla 1 kohta 1 i

### 5.6.2. Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 2 Poikkeus

9.7.2021 luonnoksen mukaisesti ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 2 kohta 4 muuttuu. Komission asetuksessa 330/2010 eli ryhmäpoikkeusasetuksen muotoilussa koskien artikla 2 kohta 4 a ja b osiota ei ole otettu kantaa esimerkiksi markkinaosuusprosenttiin toisin kuin mitä 9.7.2021 luonnoksessa taas on.<sup>280</sup> Ryhmäpoikkeusasetuksen luonnosversiossa artiklan 2 kohtaan 4 a on lisätty toimittajaksi tukkumyyjä tai tuoja ja lisäksi on tarkennettu, ettei toimittaja ole tuotantotasolla kilpailevan yritys taikka ”valmistuksen, tukkumyynnin tai tuonnin tasolla ja niiden yhteenlaskettu markkinaosuus merkityksellisillä markkinoilla vähittäistasolla enintään 10 prosenttia”<sup>281</sup>. Ryhmäpoikkeusasetuksen luonnosversiossa artiklan 2 kohdassa 4 b on lisätty vastaavan kaltainen lauseke kuin mitä 2 artiklan 4 a kohtaan, mutta ilman viittausta valmistukseen, tukkumyyntiin taikka tuonnin tasoon.<sup>282</sup> 9.7.2021 luonnoksen mukaisesti artiklaan 2 kohtaan 4 a ja b tulleet lisäykset muodostavat artiklaan 2 uudet kohdat 5,6,7 ja 330/2010 asetuksen mukaisesti kohta 5 siirtyisi kohtaan 8.

Ryhmäpoikkeusasetuksessa 2022/720 on luonnosversiossa olleet prosentit poistettu artiklan 2 kohdasta 4 ja tyydytty ainoastaan tarkentamaan 330/2010 ryhmäpoikkeusasetuksen muotoilua<sup>283</sup>. Ryhmäpoikkeusasetuksessa 2022/720 ei ole ryhmäpoikkeusasetuksen luonnoksen 9.7.2021 mukaisesti artikla 2 kohtaa 8 vaan koska hyväksytyssä versiossa 2022/720 artiklassa 2 kohdassa 4 ei viitata enää prosentteihin niin kohdat 5 ja 6 ei ole ollut tarpeellista laajentaa koskemaan tiettyjä prosenttiosuuksia kuten ryhmäpoikkeusasetuksen 9.7.2021 luonnosversiossa on tehty<sup>284</sup>.

---

<sup>280</sup> Asetus 330/2010 artikla 2 kohta 4

<sup>281</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.8

<sup>282</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.8

<sup>283</sup> Asetus 330/2010 artikla 2 kohta 4 ja Asetus 2022/720 artikla 2 kohta 4

<sup>284</sup> Asetus 2022/720 artikla 2 kohdat 4,5,6,7



### **5.6.3. Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 4 Ryhmäpoikkeusedun poistavat rajoitukset – vakavimmat kilpailunrajoitukset**

9.7.2021 luonnoksen perusteella 4 artiklaan, koskien vakavimpia kilpailunrajoituksia 4 kohtaan b oli tulossa muutos, jolla lisätään yksinmyyntijärjestelmä määritelmä sekä lisätään asiakkaiden sijasta asiakasryhmä ja määritelmä aktiivisesta ja passiivisesta myynnistä<sup>285</sup>. Tällä on vaikutusta artikla 4 kohdan b alakohtiin i-v. Luonnoksen perusteella artiklaan 4 kohtaan c oli tulossa myös lisää tarkennusta valikoivaan jakelujärjestelmään ja c kohta on saamassakin useita eri alakohtia. Luonnoksen artikkelissa 4 kohdassa d käsitellään tilannetta, jolloin toimittajalla ei ole yksinmyyntijärjestelmää taikka valikoivaa jakelujärjestelmää pelkän valikoivan jakelujärjestelmän sijasta, mikä on ryhmäpoikkeusasetuksen 330/2010 artikla 4 kohdassa d.<sup>286</sup>

2022/720 ryhmäpoikkeusasetuksessa on artiklan 4 kohdalla noudateltu pääpiirteittäin 9.7.2021 tehtyä ryhmäpoikkeusasetuksen luonnosversion muutoksia, kuitenkin poistaen artiklan 4 vakavimmista kilpailunrajoituksista kohdan b:n termin asiakasryhmä ja korvaamalla sen asiakkailla. Kuten aikaisemmassa kappaleessa on todettu, niin tällöin kyseillä muutoksella on ollut aleneviin kohtiin muutoksia<sup>287</sup>. Myös artiklan 4 kohtaan c on tullut yksinkertaisempi ilmaisutapa ja selvennetty luonnosversiota edelleen ja samoin ryhmäpoikkeusasetuksen 9.7.2021 luonnosversiosta on eriytetty luonnosversion artiklan 4 kohta e kohdiksi e ja f<sup>288</sup>.

---

<sup>285</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.9

<sup>286</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.9

<sup>287</sup> Asetus 2022/720 artikla 4 kohta b

<sup>288</sup> Asetus 2022/720 artikla 4 kohta c ja Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.9

#### **5.6.4. Ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 5 Ryhmäpoikkeuksen soveltamisalan ulkopuolelle jätetyt rajoitukset**

9.7.2021 luonnoksen perusteella ryhmäpoikkeusasetuksen artikla 5 kohdassa d on nostettu esille suorat ja välilliset velvoitteet tilanteissa, joissa välityspalvelun ostaja ei saa toimia myyjänä tai tarjota tavaroita taikka palveluita ”suotuisimmin ehdoin käyttämällä kilpailevia verkossa toimivia välityspalveluja”<sup>289</sup>. 2022/720 ryhmäpoikkeusasetuksen artiklan 5 kohdassa on yksinkertaistettu 9.7.2021 luonnoksen kirjoitusmuotoa siten, että merkittävä sisällöllinen merkitys ei ole olennaisesti muuttunut.

#### **5.6.5. Ryhmäpoikkeusasetuksen artiklat 6,7 ja 8**

Ryhmäpoikkeusasetuksen 2022/720 artiklassa 6 on uusi artikla, joka aikaisemmista 330/2010 ryhmäpoikkeusasetuksesta ja 9.7.2021 luonnosversiosta on puuttunut.

Kyseisellä uudella artiklalla tarkennetaan mahdollisuutta ryhmäpoikkeusasetuksesta muodostuvan edun peruuttamiseksi, mikäli esimerkiksi yksittäisen jäsenvaltion kilpailuviranomainen katsoo asetuksen 1/2003 29 artiklan 2 kohdan edellytyksien täyttyvän<sup>290</sup>. Tällä kyseisellä 6 artiklalla pyritään poistamaan keskittyneiden välityspalveluiden aiheuttamien kumulatiivisten sopimusten vaikutus, joka estää suotuisempien ehtojen käytön suoramyntikanavillaan kuin mitä välityspalveluiden ostajat pystyvät muodostamaan omassa toiminnassaan eli esimerkiksi myynnissä.<sup>291</sup>

9.7.2021 ryhmäpoikkeusasetuksen luonnoksen perusteella artiklassa 7 eli markkinaosuudelle asetetun kynnsarvon soveltamisessa tapahtuu muutos 30 prosentin ylityksen säännöstä eli ryhmäpoikkeusasetuksen 330/2010 mukaisesti ryhmäpoikkeusasetuksen kynnsaraja on mahdollista ylittää enintään kahtena peräkkäisenä vuotena enintään 35 prosenttiin saakka.<sup>292</sup> Ryhmäpoikkeusasetuksen 9.7.2021 luonnosversiossa ei asetettaisi

---

<sup>289</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.11

<sup>290</sup> EY Asetus 1/2003 artikla 29 kohta 2 ja Asetus 2022/720 artikla 6

<sup>291</sup> Asetus 2022/720 artikla 6

<sup>292</sup> Asetus 330/2010 artikla 7 kohta 3d

enää kyseistä 35 prosentin kattoa vaan 30 prosenttia.<sup>293</sup> 2022/720 ryhmäpoikkeusasetuksessa on artikla 7 eli markkinaosuudelle asetetun kynnyksarvon soveltaminen on siirtynyt artiklaan 8 verraten 330/2010 ryhmäpoikkeusasetukseen ja 9.7.2021 ryhmäpoikkeusasetuksen luonnokseen. Ryhmäpoikkeusasetus 2022/720 vahvistaa 9.7.2021 ryhmäpoikkeusasetus luonnoksesta useita kohtia kuten tässä kappaleessa on käsitelty ja tiivistetty. Kuitenkin tässä kappaleessa käsitellyt tiivistykset ryhmäpoikkeusasetuksen muutoksesta eivät käsittele tyhjentävästi kaikkia kohtia vaan pääpiirteittäin muutoksia tietyistä kohdista.

---

<sup>293</sup> Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final (9.7.2021). s.12

## 6. Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet

Toimitus- ja jakelusopimuksissa luonteenomaista on erilaiset vertikaaliset sopimukset, joihin liittyy useita erilaisia intressejä. Näitä intressejä pääsääntöisesti pyritään suojaamaan tai edistämään erilaisilla sopimuksissa käytettävillä kilpailunrajoittamiseen tähtäävillä ehdoilla. Tässä tutkielmassa tarkoituksena on ollut luoda katsanto nykyiseen oikeustilaan vertikaalisten sopimuksien viitekehuksesta ja mitä muutoksia viime aikoina on tapahtunut, joita tulisi ottaa huomioon vertikaalisia sopimuksia muodostaessa. Samalla on tehty katsanto erilaisiin vertikaalisiin kilpailunrajoitustoimenpiteisiin, joita on mahdollista muodostaa. Toimitus- ja jakelusopimuksia on tässä tutkielmassa lähestytty pääsääntöisesti vertikaalisten kilpailunrajoitusten näkökulmasta, mutta muitakin näkökulmia on otettu huomioon ja tuotu esille.

Tällä hetkellä vertikaalisten sopimuksien viitekehyksessä on uuden ryhmäpoikkeusasetuksen jälkeinen aika. Uudessa ryhmäpoikkeusasetuksessa on otettu selkeä harppaus internet kaupankäynnin tuomiin uusiin tuuliin markkinalle ja on pyritty päivittämään vertikaalisiin sopimuksiin soveltuvaa lainsäädäntöä ajantasaisemmaksi. Ryhmäpoikkeusasetuksen suuntaviivoista näkyy merkityksellisiä selvennyksiä verrattuna aikaisempaan ryhmäpoikkeusasetukseen, jossa internetin merkittävän kasvun myötä ei ole ollut tarpeeksi ohjeistusta vertikaalisten sopimuksien toimintatavasta.

Ryhmäpoikkeusasetuksen päivitysprosessi on ollut myös erityisen mielenkiinnon kohteena ja tässä tutkielmassa on kappaleessa viisi avattu myös käytännön muutoksia itse asetuksen rakenteeseen. Kokonaisuudessaan ryhmäpoikkeusasetuksen uudistus on ollut tarpeellista päivittämään oikeustilaa, sillä nykyinen verkkokauppapohjainen kaupankäynti on tällä hetkellä mahdollisesti lisääntymässä uusien teknologioiden mahdollistamassa erilaiset verkkokaupan toteutustavat. Ryhmäpoikkeusasetus ei myöskään pyri estämään trendin toteutumista vaan antaa enemmänkin ohjeistusta reilun kilpailun toteuttamiselle ja seuraakin tältä osalta aikaisemman ryhmäpoikkeusasetuksen jalanjälkiä. Kuitenkin uudistukset, joita uusi ryhmäpoikkeusasetus tekee, on aiheuttanut

merkittävää keskustelua tiedeyhteisössä ja talouden toimijoissa esimerkiksi pariteettivelvoitteiden osalta. Esimerkiksi Buettner ja muut kirjoittavat omassa tekstissään taloudellisen kirjallisuuden olevan puutteellista tällä hetkellä pariteettivelvoitteiden tutkimuksen osalta<sup>294</sup>. Tästä huolimatta komissio on nähnyt tarpeelliseksi pyrkiä huomioimaan mahdolliset pariteettiongelmat selkeämmin verkkokaupan kasvun myötä.

Tutkimuskysymyksiin on tässä tutkielmassa pyritty vastaamaan arvioimalla vertikaalisiin sopimuksiin liittyviä kilpailunrajoituksia ja niiden muutosta sekä ajankohtaista tilannetta. Pääsääntöisesti toki vertikaaliset sopimukset liittyvät toimitus- tai jakelusopimukseen jakeluketjun eri tasojen välillä, joten näiden vertikaalisten sopimusten kilpailua rajoittavat ehdot ovat tarkastelun kohteena. Tutkielmassa on pyritty selvittämään erilaisia muotoja, joilla tavallisimmin voidaan luoda vertikaalisia kilpailunrajoituksia sekä huomioimaan näiden mahdollisia haittavaikutuksia kilpailulle. Tutkielmassa on pystytty selvittämään ryhmäpoikkeusasetuksen muutoksesta huolimatta nykyistä oikeustilaa ja selvittämään eri kilpailunrajoitusten muotoja sekä ryhmäpoikkeusasetuksen nykytilaa.

Ryhmäpoikkeusasetuksen muutoksen myötä ja internetpohjaisen kaupankasvun myötä tulevaisuudessa voi syntyä tarvetta tarkastella vertikaalisia kilpailunrajoituksia yhä enemmän ja selvemmin verkkokauppojen näkökulmasta. Jatkotutkimuksissa verkkokauppojen toiminnan seuraaminen ja analysointi myös tarjoaa lainsäätäjille mahdollisuuden edelleen päivittää lainsäädäntöä ajantasaisemmaksi aikakaudelle, jossa kaupankäynti ja jakeluverkostot kehittyvät yhä enemmän internettiä hyödyntäviksi. Tällöin tarvitaan edelleen uutta tutkimusta aiheesta sekä päivittyvää lainsäädäntöä, jotta vertikaaliset toimitus- ja jakelusopimukset toimivat tehokkaasti tervettä kilpailua merkittävästi rajoittamatta.

---

<sup>294</sup> Buettner et al, (2022) s.459

## 7. Lähteet

- Asia 107/82      Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG. Noudettu  
26.11.2024      osoitteesta:      <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:61982CJ0107>
- Buettner, T. Coublucq, D. Kotzeva, R. Sauri-Romero, L. Regibeu, P. (2022). *Recent Developments at DG Competition: 2021/2022*. Review of Industrial Organization; Boston Vol. 61, Iss. 4. Noudettu 27.11.2024 osoitteesta <https://www.proquest.com/docview/2745184077?parentSessionId=Jyoz%2B11FnuG-SAavJ8owxp8yslpSm%2B7QjQYYoNVuVlv4%3D&accountid=14797&source-type=Scholarly%20Journals>
- C-26/76      Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG. Noudettu 26.11.2024 osoitteesta:      <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0026>
- C-439/09      Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS. Noudettu 26.11.2024 osoitteesta:      <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:62009CJ0439>
- Euroopan komissio. (2012). *Toimitus- ja jakelusopimuksia koskevat kilpailusäännöt: EU:n kilpailupolitiikka*. Julkaisutoimisto. Saatavilla osoitteesta <https://data.europa.eu/doi/10.2763/698>
- Euroopan komissio. (2022). *Lehdistötiedote: Kilpailunrajoitukset: Komissiolta uusi vertikaaliryhmäpoikkeusasetus ja uudet vertikaalisuuntaviivat*. Noudettu 16.5.2022 osoitteesta: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip\\_22\\_2844](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_22_2844)
- Euroopan unionin komission luonnos tiedonanto C(2021) 5026 Final. (2021). *Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin annetun komission asetuseräluonnoksen sisällön hyväksymisestä*. Noudettu 15.5.2022 osoitteesta: [https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2021-vber\\_en](https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2021-vber_en)

- Euroopan unionin virallinen lehti. (2016). SEUT 101 Artikla. Euroopan unionin Komissio. Noudettu 26.2.2022 osoitteesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:12016E101&from=FI>
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2008). SEUT 102 Artikla. Euroopan unionin Komissio. Noudettu 3.10.2022 osoitteesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:12008E102&from=BG>
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2014). *Tiedonanto vähämerkityksisistä sopimuksista, jotka eivät Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 1 kohdassa tarkoitettulla tavalla rajoita tuntuvasti kilpailua (de minimis -tiedonanto)*. Noudettu 15.5.2022 osoitteesta: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A52014XC0830%2801%29>
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2010). *Suuntaviivat vertikaalisista rajoituksista*. Noudettu osoitteesta 15.5.2022: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010XC0519\(04\)&from=FI](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010XC0519(04)&from=FI)
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2022). *Suuntaviivat vertikaalisista rajoituksista*. Noudettu 28.9.2022 osoitteesta: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630\(01\)&qid=1664356112768&from=FI](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630(01)&qid=1664356112768&from=FI)
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2010). *Asetus 330/2010. Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin*. Noudettu 16.5.2022 osoitteesta: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010R0330&from=FI>
- Euroopan unionin virallinen lehti. (2022). *Asetus 2022/720. Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen 101 artiklan 3 kohdan soveltamisesta tiettyihin vertikaalisten sopimusten ja yhdenmukaistettujen menettelytapojen ryhmiin*. Noudettu 16.5.2022 osoitteesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720&from=EN>
- Euroopan yhteisöjen virallinen lehti. (2003). *EY Asetus 1/2003. Perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa vahvistettujen kilpailusääntöjen täytäntöönpanosta* Noudettu

25.9.2022 osoitteesta <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003R0001&from=EN>

Hemmilä, M. (2013). *Liiketoimintaosaamisen suojaaminen alihankintasuhhteessa: Salasapidon ja kilpailukiellon välimaastossa*. [pro gradu- tutkielma, Vaasan yliopisto].

Noudettu 18.11.2024 osoitteesta [https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/537/osuva\\_5226.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/537/osuva_5226.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Husa, J. Mutane, A. Pohjalainen, T. (2005) *Kirjoitetaan juridiikkaa*. Talentum Media Oy

Joutsamo, K., Aalto, P., Kaila, H., Maunu, A. (2000). *Eurooppaoikeus*. Gummerrus kirjapaino oy.

Kanninen, V., Määttä, K. (2001). *Taloustieteellinen näkökulma kilpailuoikeuteen*. Talentum Media oy.

Kuoppamäki, P. (2018). *Uusi kilpailuoikeus* (3. painos ed.). Alma Talent Oy.

Noudettu 15.5.2022 osoitteesta [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/HABBBXDTEB#kohta:l\(\(20\)Kilpailuoikeuden\(\(20\)perusteet\(:Termist\(\(f6\)\(\(e4\)/piste:tP4](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/HABBBXDTEB#kohta:l((20)Kilpailuoikeuden((20)perusteet(:Termist((f6)((e4)/piste:tP4)

Kuoppamäki, P. (2003). *Markkinavoiman sääntely EY:n ja Suomen kilpailuoikeudessa* Gummerus Kirjapaino Oy. Noudettu 24.10.2024 osoitteesta <https://edition.fi/lakimiesyhdistys/catalog/view/474/389/986-1>

Leivo, K., Leivo, T., Huimala, H., Huimala, M. (2012). *EU:n ja Suomen Kilpailuoikeus*. Talentum Media oy.

Leoncioni T. & Rautpalo H. (2016). *Jälleenmyyntisopimukset*. Helsingin kauppakamari Oy. Noudettu 26.3.2022 osoitteesta [https://kauppakamaritieto-fi.proxy.uwasa.fi/ammattikirjasto/teos/jalleenmyyntisopimukset-2016#kohta:J\(\(e4\)lleenmyyntisopimukset](https://kauppakamaritieto-fi.proxy.uwasa.fi/ammattikirjasto/teos/jalleenmyyntisopimukset-2016#kohta:J((e4)lleenmyyntisopimukset)

MaO: 594/11

MaO: 58/10

Mentula, A. (2002). *Kartellit suomen ja EY :n kilpailuoikeudessa*. Lakimiesliiton kustannus.

Oinonen, M. (2016). *EU:n ja Suomen kilpailuvalvonta*. Alma Talent Oy. Noudettu 6.11.2024 osoitteesta <https://verkkokirjahylly-almatalent->



[fi.proxy.uwasa.fi/teos/HAHBGXCTEB#kohta:EU\(\(\(n\(\(20\)ja\(\(20\)Suomen\(\(20\)kilpailuvalvonta\(\(20\)/piste:b4](https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fi/sheet/82/kilpailupolitiikka)

Parenti, R. (2021). Faktatietoja Euroopan unionista – Kilpailupolitiikka. Euroopan parlamentti. Noudettu 15.5.2022 osoitteesta <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fi/sheet/82/kilpailupolitiikka>

Pikkarainen, S. (n.d.). *Lainoppia ja empiiristä oikeustutkimusta*. Lapin yliopisto. Noudettu 20.3.2022 osoitteesta <https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=ac673275-3b07-40e9-949f-4ae28f7cd7ec>

Ratio J.& Tuominen T. (2020). *EUROOPAN UNIONIN OIKEUS* (2. painos ed.). Alma Talent Oy. Noudettu 20.3.2022 osoitteesta [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/HACBGXDTEB#/kohta:8\(\(20\)Huomioita\(\(20\)kilpailuoikeudesta\(\(20\)EU\(\(\(n\(\(20\)sis\(\(e4\)markkinoilla\(:8.1\(\(20\)Kartellit\(:8.1.6\(\(20\)Yksityisoi-keudellinen\(\(20\)vahingonkorvaus\(\(20\)kilpailurikkomuksesta/pist](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/HACBGXDTEB#/kohta:8((20)Huomioita((20)kilpailuoikeudesta((20)EU(((n((20)sis((e4)markkinoilla(:8.1((20)Kartellit(:8.1.6((20)Yksityisoi-keudellinen((20)vahingonkorvaus((20)kilpailurikkomuksesta/pist)

Peltonen, A., Määttä, K. (2015). *Kuluttajansuoja-oikeus*. Alma Talent Oy. Noudettu 24.10.2024 osoitteesta <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/GACBFXCTEB#piste:b4>

Peltola, H., Neilimo, K., Mitronen, L., Kuusela, H. (2022). *Kaupanhuiput: kun hyvä ei riitä*. Alma Talent Oy. Noudettu 24.10.2024 osoitteesta [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/BAX-BBXATEBGEE#/kohta:OSA\(\(20\)3\(\(20\)\(\(7c\)\(\(20\)KEINOT\(\(\(:\(20\)KOLME\(\(20\)EH-TOA\(\(20\)HUIPULLE\(\(20\)P\(\(c4\)\(\(c4\)SEMISEKSI\(:21\(\(20\)Mik\(\(e4\)\(\(20\)tee\(\(20\)huipun?/piste:t9li](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/BAX-BBXATEBGEE#/kohta:OSA((20)3((20)((7c)((20)KEINOT(((:(20)KOLME((20)EH-TOA((20)HUIPULLE((20)P((c4)((c4)SEMISEKSI(:21((20)Mik((e4)((20)tee((20)huipun?/piste:t9li)

Vanhanen, M. (2019). *Liiketoimintaosaamisen suojaaminen alihankintasuhhteessa: Salasapidon ja kilpailukiellon välimaastossa Ylellisen tuotekuvan suojaamiseen perustuva kolmansien markkina-alustat kieltävä ehto valikoivassa jakelussa Euroopan unionin kilpailuoikeuden ja suhteellisuusperiaatteen kannalta*. [pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto]. Noudettu 25.11.2024 osoitteesta <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/acf88bfe-6dc0-4d40-9449-d76815cf2021/content>

Wikberg, O. (2011). *Johdatus kilpailuoikeuteen*. Talentum Media oy. Noudettu  
25.11.2024 osoitteesta [https://verkkokirjahylly-almatalent-  
fi.proxy.uwasa.fi/teos/CAEBIXBTEB#kohta:4.\(\(20\)KILPAILUNRAJOITUK-  
SET\(\(20\):4.3.\(\(20\)VERTIKAALISET\(\(20\)KILPAILUNRAJOITUKSET\(\(20\)/piste:b2](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.proxy.uwasa.fi/teos/CAEBIXBTEB#kohta:4.((20)KILPAILUNRAJOITUK-SET((20):4.3.((20)VERTIKAALISET((20)KILPAILUNRAJOITUKSET((20)/piste:b2)