

Ohje median yrityskauppailmoituksessa annettavista tiedoista

1 Median yrityskaupasta ilmoittaminen

Mediamarkkinoiden valvonnasta annetun lain (408/2025) ("laki") 2 §:ssä tarkoitettu yrityskauppa ilmoitetaan Liikenne- ja viestintävirastolle ("virasto") toimittamalla virastoon lain 4 §:n mukaiset tiedot.

Laissa tarkoitettuja median yrityskauppaa koskevia säännöksiä sovelletaan sellaiseen kilpailulain (948/2011) 21 §:ssä tarkoitettuun yrityskauppaan, jonka osapuolena on vähintään yksi mediapalvelujen tarjoaja tai yksi mediasisältöön pääsyn tarjoava verkkoalusta, ja jonka osapuolten liikevaihto täyttää kilpailulain 22 §:n 1 momentissa säädetyt edellytykset. Ilmoitus on tehtävä, kun yrityskaupan osapuolten yhteenlaskettu Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää 100 miljoonaa euroa ja vähintään kahden yrityskaupan osapuolen Suomesta kertynyt liikevaihto ylittää kummankin osalta 10 miljoonaa euroa. Laskettaessa yrityskaupan osapuolten liikevaihtoa sovelletaan mitä kilpailulain 24 §:ssä säädetään.

Virasto arvioi yrityskaupan vaikutukset median moniarvoisuuteen ja toimittukselliseen riippumattomuuteen. Arviointi yrityskaupan vaikutuksista tulee toimittaa yrityskaupan osapuolille 65 työpäivän kuluessa yrityskauppailmoituksen vastaanottamisesta. Määräaika ei ala kulua, jos ilmoitus on olennaisesti puutteellinen.

Tämän asiakirjan tarkoituksena on antaa ohjeistusta median yrityskauppojen ilmoituksen täyttämisestä ja selvittää sen tietovaatimuksia. Ohjeistusta sovelletaan ilmoituksiin, jotka toimitetaan virastolle 8.8.2025 tai sen jälkeen. Virasto voi muuttaa tai päivittää ohjeistusta tarpeen mukaan.

1.1 Yleistä ilmoitettavista tiedoista

Yrityskauppa on lain 3 §:n mukaan ilmoitettava virastolle sopimuksen tekemisen, määräysvallan hankkimisen tai arvopaperimarkkinalain (746/2012) 11 luvun 9 §:n mukaisen julkisen ostotarjouksen julkistamisen jälkeen, mutta kuitenkin ennen kaupan täytäntöönpanoa. Yrityskauppa voidaan myös ilmoittaa virastolle heti, kun osapuolet voivat osoittaa riittävällä varmuudella aikomuksensa tehdä yrityskauppa.

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

Yrityskauppailmoitus liitteineen tulee toimittaa sähköisesti hakutoiminnon ja kopioinnin mahdollistavassa muodossa. Yrityskauppailmoituksen viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun tai muun lain nojalla salassa pidettäväksi esitettävät tiedot tulee yksilöidä selkeästi. Lisäksi yrityskauppailmoituksesta tulee toimittaa julkinen versio, josta on peitetty tai poistettu pysyvästi ja tietoturvallisella tavalla salassa pidettävät tiedot. Yrityskauppailmoituksen salassa pidettävän version salassapitomerkinöjen tulee vastata ilmoituksen julkisesta versiosta peitettyjä tai poistettuja kohtia.

Median yrityskauppailmoituksissa annettavat tiedot määritellään lain 4 §:ssä. Tässä luvussa annetaan tietoja ilmoituksen kohtien tietovaatimuksista ja ohjeita niiden täyttämiseen. Epäselvissä tilanteissa yrityskaupan ilmoittajaa kehoitetaan ottamaan yhteyttä viraston media- ja viestintäyksiköön (media- ja viestintä@traficom.fi).

2 Yrityskaupan perustiedot

Kohdan 2 alakohtien osalta yrityskauppailmoituksessa voidaan soveltuvin osin hyödyntää Kilpailu- ja kuluttajavirastolle toimitetun yrityskauppailmoituksen vastaavissa tekijöissä toimitettuja tietoja tai niiden lyhennelmiä.

2.1 Yrityskaupan osapuolet

Yrityskaupan kunkin osapuolen:

- virallinen nimi ja Y-tunnus,
- osoite,
- puhelinnumero sekä kunkin osapuolen yhteyshenkilö ja tämän yhteystiedot ja
- yrityskaupan kunkin osapuolen mahdollinen asiamies ja tämän yhteystiedot.

Kohdassa tulee ilmoittaa yrityskaupan osapuolen täydellinen nimi, josta ilmenee myös yhtiömuoto. Hankittaessa elinkeinonharjoittajan koko liiketoiminta tai sen osa tulee kohdassa ilmoittaa hankinnan kohteena olevan elinkeinonharjoittajan täydellinen nimi ja nimetä hankinnan kohteena oleva liiketoiminta.

2.2 Yrityskaupan kuvaus

Selvitys kunkin yrityskaupan osapuolen ja sen kanssa samaan yritysryhmään kuuluvien yhteisöjen ja säätöiden yhteenlasketusta, Suomesta kertyneestä liikevaihdosta.

Yleisen tason kuvaus yrityskaupasta ja sen taloudellisesta ja rahoituksellisesta rakenteesta, aikataulusta, järjestelyn kohteena olevasta liiketoiminnasta ja mahdollisesta myyjätahosta. Lisäksi kuvaus yrityskauppaa edeltävästä ja sen jälkeisestä omistuksen ja määräysvallan rakenteesta sekä yrityskauppaan johtaneista taloudellisista ja muista tekijöistä.

Kuvaus yrityskaupan kunkin osapuolen toimialasta, sen harjoittamasta liiketoiminnasta ja mahdollisesta ohjelmistotoimiluvan nojalla harjoitettavasta toiminnasta.

2.3 Kuvaus markkinoista ja markkinaosuuksista

Selvitys maantieteellisistä markkinoista, joihin yrityskauppa vaikuttaa. Tässä tulee kuvata ne paikalliset, alueelliset tai valtakunnalliset markkinat, joilla kaupan osapuolet toimivat ja joihin yrityskaupalla on vaikutusta sekä perustelut ilmoittajan näkemykselle. Markkina-alueella voidaan tarkoittaa esimerkiksi lehden levikkialuetta tai radiokanavan kuuluvuusaluetta.

Tässä kohdassa tulee myös esittää selvitys niistä mediapalveluista, joita yrityskaupan osapuolet tarjoavat.

Selvityksessä tulee lisäksi kuvata, mitä muita mediapalveluja kyseisillä markkinoilla on tarjolla ja esittää arvio muiden palveluntarjoajien markkinaosuuksista viimeiseltä kahdelta kalenterivuodelta. Markkinaosuudet tulee arvioida sekä tilaajamääristä että myynnin arvosta.

Mikäli vähintään toinen yrityskaupan osapuolista tarjoaa mediapalveluja useammassa EU:n jäsenvaltiossa, tulee tässä kuvata kyseinen toiminta jäsenvaltioittain. Kuvaukseen tulee erityisesti sisältyä tiedot palveluntarjoajan laajuudesta ja osapuolten markkina-asemasta eri jäsenvaltioissa.

3 Ilmoitusvelvollisen selvitys yrityskaupan vaikutuksista median moniarvoisuuteen

Selvitys yrityskaupan odotetuista vaikutuksista tiedotusvälineiden moniarvoisuuteen sekä yleisen mielipiteen muodostumiseen ja mediapalvelujen ja median tarjonnan monimuotoisuuteen niillä markkinoilla (kohta 2.3), joihin yrityskauppa vaikuttaa.

Selvityksessä tulee kiinnittää huomiota muun muassa siihen, kuinka paljon yrityskaupan toteutumisen myötä alueen markkinoilla toimii jatkossa mediapalveluja tarjoavia yhtiöitä. Selvityksen tulee sisältää kuvaus siitä, kuinka monipuolisesti markkinoilla olisi jatkossa saatavilla erilaisia mediasisältöjä yrityskaupan jälkeen.

Yrityskaupan vaikutuksia mediamarkkinan moniarvoisuuteen tulisi tarkastella sekä sisällöllisen että rakenteellisen monimuotoisuuden kautta. Näkökulmia voivat olla muun muassa omistuksellinen monimuotoisuus, sisällön monipuolisuus, yleisön saavutettavuus sekä taloudelliset ja teknologiset tekijät. Alla on esimerkkejä siitä, millaista arviointia eri näkökulmiin voi sisällyttää.

Omistuksellinen moniarvoisuus

Markkinoilla toimivien media-alan yritysten omistajien määrä ja medioiden omistuksen keskittyminen markkinoilla. Kansallisten vs. kansainvälisten toimijoiden osuus mediamarkkinalla.

Sisällöllinen moniarvoisuus

Medioissa esiin tulevien aihepiirien ja lajityyppien monipuolisuus (esim. uutiset, kulttuuri, viihde). Vähemmistöjen, eri kieliryhmien ja alueiden näkyvyys sisällöissä.

Taloudellinen moniarvoisuus

Markkinoilla olevat eri liiketoimintamallit (esim. julkinen palvelu, mainosrahoitteinen, tilauspohjainen).

Teknologinen moniarvoisuus ja saavutettavuus

Eri teknologioiden (TV, radio, verkko, sosiaalinen media) vaikutus monimuotoisuuteen. Yleisön tasavertainen pääsy eri mediakanaviin.

Kielellinen ja kulttuurinen moniarvoisuus

Sisällön saatavuus eri kielillä ja paikallisen sisällön asema markkinoilla.

4 Toimituksellista riippumattomuutta koskevat suojatoimet

Kuvaus toimituksellista riippumattomuutta koskevista mahdollisista suojatoimista. Toimituksellista riippumattomuutta koskevien suojatoimien kuvauksessa voi hyödyntää Euroopan komission suositusta (EU) 2022/1634 toimituksellista riippumattomuutta ja omistussuhteiden läpinäkyvyyttä koskevista sisäisistä suojatoimista media-alalla.

Suosituksessa on kuvattu erilaisia rakenteellisia ja muita sisäisiä toimenpiteitä ja menettelyjä, joiden avulla toimituksellista riippumattomuutta voidaan edistää. Suojatoimissa voidaan kiinnittää huomiota niiden toteutettavuuteen käytännössä sekä oikeasuhteisuuteen ottaen huomioon mediapalvelujen tarjoajien koko ja tarjottavien mediapalvelujen luonne.

Toimituksellisen riippumattomuuden suojatoimia voivat komission suosituksen perusteella olla esimerkiksi:

- Johdon ja omistajien hyväksymät sisäiset ohjeet, toimintapolitiikat tai vastaavat asiakirjat ja tieto siitä, ovatko nämä julkisesti saatavilla verkkosivuilla.
- Sitoutuminen itsesääntelyjärjestelmiin ja alan ohjeisiin. Yrityskaupan osapuolten jäsenyys Julkisen sanan neuvostossa ja sitoutuminen journalistin ohjeisiin.
- Luottamuksellinen ilmoituskanava, johon toimittajat voivat anonymisti ilmoittaa mahdollisesta painostuksesta.
- Erilaiset sisäiset riippumattomat toimielimet, jotka valvovat toimitukselliseen riippumattomuuteen liittyvien ohjeistusten ja politiikkojen noudattamista.
- Toimituksen edustajien jäsenyys johtoryhmässä tai yhtiön hallituksessa.

5 Taloudellisen kestävyys arviointi

Arvio yrityskaupan osapuolten taloudellisesta kestävyydestä ja niiden kyvystä jatkaa toimintaansa keskipitkällä aikavälillä ilman yrityskaupan toteutumista.

Arvion tulee sisältää perustelut, miksi kaupan osapuolilla ei itsenäisinä mediapalvelun tarjoajina olisi ollut edellytyksiä taloudellisesti kestävä toiminnan jatkamiseen keskipitkällä aikavälillä. Tällä tarkoitetaan tässä yhteydessä seuraavien kolmen vuoden aikajännettä.

Arviossa tulee myös kuvata, millaisia muita vaihtoehtoja taloudellisen aseman parantamiseen mahdollisesti selvitettiin ennen yrityskaupan suunnittelua ja perustella, miksi nämä eivät tule kyseeseen.

Ilmoituksen liitteenä tulee toimittaa yrityskaupan osapuolten viimeisten kolmen tilikauden tuloslaskelmat ja taseet. Jos jokin kaupan osapuolista ei ole vielä toiminut kolmen tilikauden ajan, toimitetaan kyseiset tiedot koko toiminnan ajalta.