

# GEDRAGSCODE MEDEDINGINGSRECHT

Lees deze Gedragscode Mededingingsrecht zorgvuldig door als u te gast bent bij de Mediafederatie en leef de code ook tijdens de informele momenten voor, tijdens en na afloop van de bijeenkomsten na. Bij vragen, neem contact op met Martijn David op [m.david@mediafederatie.nl](mailto:m.david@mediafederatie.nl) of via 06-15092262.

## I. Inleiding

Deze Gedragscode Mededingingsrecht van de Mediafederatie is bedoeld voor eenieder die een bijeenkomst bijwoont van, of georganiseerd door, de Mediafederatie of een van de aangesloten brancheverenigingen.

De code is opgesteld om uzelf, uw collega's en uw brancheorganisatie te behoeden voor - al dan niet bewuste - overtredingen van het mededingingsrecht. Dit is niet alleen noodzakelijk omdat op overtreding van het mededingingsrecht hoge boetes staan voor individuele leden én voor verenigingen van ondernemers, maar ook omdat overtredingen het imago van de gehele sector schaden.

## II. Verboden gedragingen

### **Verboden afspraken en afstemming**

Op grond van het mededingingsrecht is het ondernemen verboden om (mondeling of schriftelijk) afspraken te maken of marktgedrag op elkaar af te stemmen als dit tot doel heeft de concurrentie te beperken, of wanneer concurrentiebeperking het gevolg is van deze afspraken of afstemming.

Onthoud u daarom van afspraken en afstemming – zowel mondeling als schriftelijk – met concurrenten over:

- 1) prijzen of prijsgerelateerde zaken, zoals marges, kortingen en toeslagen;
- 2) afzet, waaronder beleving van bepaalde klanten, of activiteiten in een bepaald segment of gebied;
- 3) alle andere aspecten waarop wordt geconcurrereerd (waaronder bv. ook inkoop- en arbeidsvoorwaarden)

en met wederverkopers over:

- 4) minimum wederverkooprijzen of te hanteren marges (met uitzondering van artikel 13 van de Wet op de vaste boekenprijs en artikel 1 en 2 van het Besluit vaste boekenprijs).

### **Verboden informatie-uitwisseling**

Ook de uitwisseling van commercieel gevoelige informatie beperkt de concurrentie en is daarmee in strijd met het mededingingsrecht. Onthoud u daarom van het delen en/of uitwisselen van informatie over:

- 5) prijzen, kosten, kortingen, marges, omzet of volumes, klanten, werkgebieden, aanbestedingen, en alle andere informatie die betrekking heeft op aspecten waarop wordt geconcurrereerd. Denk hierbij ook aan bijvoorbeeld levertermijnen, inkoopvoorwaarden en arbeidsvoorwaarden.

Indien concurrentiegevoelige informatie onverhoopt toch door een van de ondernemingen wordt gedeeld, dient dit direct te worden gestopt en genotuleerd, of op andere wijze schriftelijk bevestigd te worden. Duidelijk moet zijn dat door de Mediafederatie en de aanwezige ondernemingen afstand wordt genomen van de informatie, deze op geen enkele wijze zal worden gebruikt, en verder ook geen afstemming over het onderwerp zal plaatsvinden.



### III. In beginsel toegestaan

Hiervoor is uiteengezet welke gedragingen niet zijn toegestaan, maar niet alle vormen van samenwerking tussen concurrenten zijn verboden. Integendeel, samenwerking kan de concurrentie in de sector ook bevorderen. Voorzichtigheid is echter geboden. Daarom leest u in deze sectie wat in beginsel wél is toegestaan als u te gast bent bij de Mediafederatie of één van de groepsverenigingen, met daarbij enkele kanttekeningen.

In het algemeen is belangenbehartiging, het geven van voorlichting, fungeren als aanspreekpunt van de branche, het doen van onderzoek en het bevorderen van de kwaliteit van goederen en diensten toegestaan, tenzij de mededinging daarmee direct of indirect negatief wordt beïnvloed. Verder is in beginsel toegestaan:

1) **Juridisch advies**

Het geven van juridisch advies aan leden en het plegen van overleg over juridische zaken tussen leden onderling is toegestaan.

2) **Cao's afsluiten namens de sector**

Het afsluiten van cao's namens en door de sector is toegestaan. Buiten de cao mogen geen afspraken worden gemaakt die de onderlinge concurrentie om arbeid beperken. Dit laatste geldt ook voor de ruimte die de cao laat om te concurreren door middel van bijvoorbeeld het geven van toeslagen. Ook afspraken over het niet werven of inhuren van elkaars personeel zijn verboden.

3) **Modelcontracten**

Het sluiten van modelcontracten met vertegenwoordigers van auteurs is toegestaan, zo lang in die contracten geen afspraken worden gemaakt over concurrentiegevoelige zaken zoals tarieven en honoraria.

4) **Gemeenschappelijke reclame**

Gemeenschappelijke reclame is toegestaan, tenzij bijkomende verplichtingen ervoor zorgen dat ondernemingen geen eigen reclame meer mogen maken.

5) **Calculatieschema's opstellen** *(door de Mediafederatie of door een aantal ondernemingen)*

Het opstellen van calculatieschema's is toegestaan, mits daaruit slechts duidelijk wordt welke posten van belang zijn bij het berekenen van prijzen. Een procentuele verdeling per kostenpost is toegestaan, mits er alleen objectieve inlichtingen worden gegeven die het voor ondernemingen eenvoudiger maakt om de eigen kostprijstructuur en prijsbeleid te bepalen. Adviezen of suggesties, bijvoorbeeld over doorberekening van kosten of handhaven van marges, maar ook bandbreedtes en gemiddelde prijzen, mogen zeker niet omdat zij de normale marktonzekerheid verminderen en daardoor de concurrentie belemmeren.

6) **Benchmarking/vergelijkingsmodellen**

Een systeem aan de hand waarvan branchegenoten hun prestaties en kostenstructuur kunnen vergelijken met gemiddelden of best practices in de sector is toegestaan, zolang naar aanleiding daarvan geen aanbevelingen worden gedaan of conclusies worden getrokken op basis waarvan ondernemingen zich op uniforme wijzen kunnen gaan gedragen, ook niet als deze aanbevelingen of conclusies op een vrijblijvende manier worden gepresenteerd. Belangrijk is dat in dit kader de informatie op geen enkele wijze herleidbaar mag zijn naar de individuele ondernemingen.

7) **Objectieve marktinformatie verspreiden**

Algemeen toegankelijke informatie, alsmede objectieve en geaggregeerde informatie die op feiten uit het verleden betrekking hebben kan zonder veel risico's worden gedeeld of verspreid. Informatie die afkomstig is van bijv. CPB (energie-, huisvestings-, reclame-, en klantenservicekosten), CBS of cao's (loonkosten) mag worden verspreid, mits er geen interpretaties, adviezen en/of voorspellingen worden



gebaseerd op deze informatie, bijvoorbeeld over normhonoraria (al dan niet binnen bepaalde marges) of (aanpassing van) winstopslagen. Verspreiden of delen van informatie die herleidbaar is tot individuele ondernemingen is verboden.

**8) Informatie uitwisselen**

Het uitwisselen van algemene marktinformatie is doorgaans toegestaan, tenzij de aard van de informatie normale onzekerheid over de markt vermindert of uitschakelt en daarmee concurrentiegevoelig is. Ook het inzichtelijk maken van de totale markt en de positie van individuele marktpartijen daarop is toegestaan, mits de marktaandelen op verouderde gegevens worden gebaseerd (in ieder geval meer dan 12 maanden oud).

Informatie over ontwikkelingen en nieuwe technologieën kan de mededinging bevorderen. Uitwisseling van dergelijke informatie is dan ook toegestaan. Ook informatie over dubieuze debiteuren mag worden uitgewisseld, mits daar geen advies en/of gedragscode aan wordt gekoppeld die kan leiden tot een boycot.

Informatie wordt concurrentiegevoeliger naarmate zij:

- a. betrekking heeft op concurrentieparameters zoals prijzen, productie, afzet en klanten;
- b. gedetailleerder is/niveau van aggregatie lager is;
- c. actueler, frequenter wordt verstrekt of ziet op toekomstig gedrag;
- d. niet voor iedereen beschikbaar is.

Uitwisseling van concurrentiegevoelige informatie is zoals hiervoor beschreven niet toegestaan.

**9) Algemene voorwaarden**

Algemene voorwaarden kunnen het tot stand komen van transacties vergemakkelijken, hebben over het algemeen geen concurrentiebepurende gevolgen en zijn dan ook toegestaan. Anders is het wanneer voorwaarden betrekking hebben op concurrentieparameters zoals te hanteren prijzen en tarieven, kortingen, toeslagen, betalingstermijnen of andere belangrijke aspecten waarop ondernemingen concurreren in de sector en wanneer de algemene voorwaarden verplicht door de betrokken ondernemingen moeten worden toegepast.

**10) Samenwerking op administratief gebied**

Samenwerking op administratief gebied, zoals bij de boekhouding, bij belastingadviezen, kredietgarantie, incasso etc. belemmert de mededinging doorgaans niet, en is toegestaan.

**11) Gedragscodes**

Codes die betrekking hebben op bijvoorbeeld fatsoensnormen, professionele waardigheid, en kwalificaties en kwaliteiten die noodzakelijk zijn voor een goede beroepsuitoefening die op transparante, objectieve en niet-discriminerende wijze worden toegepast zijn toegestaan mits deze codes niet zien op parameters waarop wordt geconcurrerd, zoals prijzen, service, kwaliteit, arbeidsvoorwaarden etc.



#### **IV. Rol van de Mediafederatie**

De Mediafederatie zal op geen enkele wijze concurrentiebeperkende gedragingen zoals in deze Gedragscode beschreven initiëren, faciliteren of uitvoeren.

De Mediafederatie zal zich onthouden van advies en aanbevelingen in welke vorm dan ook met betrekking tot marges, prijzen en prijselementen, zoals kortingen en toeslagen, boycot of andere concurrentieparameters.

De Mediafederatie zal nimmer oproepen tot een boycot van bepaalde klanten of leveranciers of tot een daarmee gelijk te stellen gedraging. De Mediafederatie kan wel namen noemen van wanbetalers of wetsovertreders, maar zal zich steeds onthouden van enig advies, oproep of overleg dat de keuzevrijheid van de leden zou kunnen beïnvloeden.

De Mediafederatie zal ingrijpen indien zij ervan kennisneemt dat een van haar bezoekers bij (informeel) contact met anderen bovenstaande regels niet in acht neemt.

Bij schending van bovenstaande regels of bij twijfel zal de Mediafederatie de bijeenkomst direct schorsen en advies vragen bij de Senior Adviseur IE, Collectieve Rechten en Privacy voordat het overleg wordt hervat; dit wordt dan genotuleerd.

#### **V. Vragen**

Mocht u naar aanleiding van deze code nog vragen hebben, dan kunt u contact opnemen met Martijn David op [m.david@mediafederatie.nl](mailto:m.david@mediafederatie.nl) of via 06-15092262.

\*\*\*