



KONKURRENCERETLIGE RETNINGSLINJER

Mærkevereleverandørerne

Mærkevereleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer er udarbejdet og vedtaget af Mærkevereleverandørernes bestyrelse for at forhindre brud på konkurrenceloven ved møder og aktiviteter i Mærkevereleverandørerne.

Alle medlemmer af Mærkevereleverandørerne skal tilslutte sig retningslinjerne og sikre, at medarbejdere, som deltager i aktiviteter i Mærkevereleverandørerne, er bekendt med de til enhver tid gældende retningslinjer. På den måde er medlemmerne med til at minimere risikoen for brud på konkurrenceloven.

Enhver virksomhed er fortsat selvstændigt ansvarlig for at overholde konkurrenceloven. Tilslutning til Mærkevereleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer fjerner ikke dette ansvar.

Hvornår gælder retningslinjerne?

Mærkevereleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer gælder ved alle former for aktiviteter i Mærkevereleverandørerne-regi. Det vil sige alle typer af Mærkevereleverandørerne- arrangementer, ERFA-møder og andre møder med eller uden deltagelse af ikke-medlemmer arrangeret i Mærkevereleverandørerne-regi.

Hvem gælder retningslinjerne for?

Alle, som deltager i Mærkevereleverandørernes aktiviteter, skal kende og respektere Mærkevereleverandørernes til enhver tid gældende Konkurrenceretlige Retningslinjer. Det omfatter bl.a. medarbejdere, medlemmer, ikke-medlemmer samt alle der handler på vegne af disse.

Hvor gælder retningslinjerne?

Mærkevereleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer gælder, uanset hvor og hvordan arrangementer eller møder afholdes. Retningslinjerne gælder således ved arrangementer og møder i Mærkevereleverandørernes lokaliteter, men også for aktiviteter, som afholdes eksternt (fx hos en medlemsvirksomhed), eller som afvikles virtuelt (fx telefonmøder).

DE KONKURRENCERETLIGE RETNINGSLINJER ER:

- 1) På møder og til andre aktiviteter i Mærkevereleverandørerne-regi må deltagerne under ingen omstændigheder indgå aftaler om, drøfte eller i øvrigt udveksle oplysninger om fortrolige forretningsforhold og andre konkurrenceparametre.

Hvad er konkurrenceparametre?

Konkurrenceparametre er det, som virksomheder kan bruge til deres fordel i konkurrencen om kunderne. Det er primært oplysninger om priser, produktion, omkostninger og salg, men det kan også være oplysninger om andre forretningsvilkår eller kommercielle strategier.



mærkevare
LEVERANDØRERNE
– for bæredygtig vækst og fair samhandel

Følgende emner må ikke drøftes i Mærkevareleverandørerne-regi:

- a. **Købs- og salgspriser.** Det omfatter fx. virksomheders individuelle priser, prisniveauer, prisforskelle, prisændringer, avancer, rabatter og bonusser.
 - b. **Enkeltvirksomheders ordrebeholdning, kapacitet, lager-status, teknisk udvikling eller kommende investeringer.**
 - c. **Deling af markedet, kunder eller forsyningskilder.** Eksempelvis drøftelse af, hvilke varer eller kunder man fokuserer på i sin markedsføring.
 - d. **Tilbudsafgivning.** Eksempelvis drøftelse af, om man vil byde på en bestemt opgave, eller hvad man vil tilbyde kunden.
 - e. **Udveksling af erfaringer om bestemte kunder, som kan give indtryk af eller føre til en fælles holdning** til disse. Eksempelvis en anbefaling om at overføre en ny omkostning til kunderne.
 - f. **Øvrige samhandelsbetingelser og individuelle forhandlinger** af disse. Eksempelvis antal kreditdage, renter, leveringstid, misligholdelsesbeføjelser ved mangler og forsinkelser samt garantiperioder.
 - g. **Omkostninger og omkostningsniveauer** herunder priser og vilkår for indkøb af serviceydelser og varer fra medlemmernes egne leverandører.
 - h. Konkrete **forretningsplaner, markedsføringsinitiativer** eller anden information om individuelle virksomheder fremtidige planer om produktudvikling, produktion, markedsføring og salg.
 - i. **Andre forhold**, som kan fjerne usikkerheden om, hvordan andre deltagere konkret handler i markedet.
- 2) Forud for afholdelse af møder og andre former for aktiviteter i Mærkevareleverandørerne-regi skal der altid udsendes en udførlig og af Mærkevareleverandørerne på forhånd godkendt dagsorden for det pågældende arrangement, og denne skal følges.
 - 3) Deltagere i møder og arrangementer skal forud for deltagelse overveje, hvad de ønsker at tale om, og om det kan være i strid med Mærkevareleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer at tale om emnet.
 - 4) Hvis en deltager på et møde eller arrangement i Mærkevareleverandørerne-regi oplever, at der drøftes emner oplyst i punkt 1 i strid med Mærkevareleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer, skal deltageren øjeblikkeligt protestere og sikre sig, at diskussionen øjeblikkeligt rapporteres til mødelederen, der straks skal afbryde diskussionen, hvis mødelederen konstaterer, at den er i strid med punkt 1.
 - 5) Mærkevareleverandørerne udarbejder referater efter afholdelse af møder og arrangementer. Indeholder referatet drøftelser af forhold som anført under punkt 1 på



mærkevare
LEVERANDØRERNE
– for bæredygtig vækst og fair samhandel

Mærkevareleverandørernes møder og arrangementer har referatet ikke status af bindende vedtagelser. Det er op til enhver deltager/virksomhed frit at træffe sine egne beslutninger.

- 6) Uanset Mærkevareleverandørernes godkendelse af dagsorden og udarbejdelse af referat påtager Mærkevareleverandørerne og Mærkevareleverandørernes medarbejdere og bestyrelsesmedlemmer sig ikke over for medlemmer eller nogen tredjemand et ansvar for de emner, som drøftes på møder eller andre arrangementer afviklet i Mærkevareleverandørerne-regi og de konkurrenceretlige konsekvenser heraf.
- 7) Mærkevareleverandørerne må ikke deltage i udveksling af fortrolige forretningsforhold mellem medlemmer eller på anden måde være platform for en sådan informationsudveksling, når disse informationer kan påvirke konkurrencen.

Tiltrædelse:

Undertegnede er indforstået med og tiltræder Mærkevareleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer som beskrevet ovenfor.

Dato:

Virksomhed:

Navn & Underskrift:

Udarbejdet i samarbejde med Horten Advokatpartnerselskab

Engelsk oversættelse forefindes