

Retningslinjer for håndtering af fortrolige medlemsoplysninger i Mærkevarerleverandørerne

Mærkevareleverandørerne modtager løbende oplysninger om medlemsvirksomheder, som anvendes af Mærkevareleverandørerne til forskellige formål.

Når Mærkevareleverandørerne modtager medlemsoplysninger, er Mærkevareleverandørerne bevidst om oplysningernes ofte fortrolige karakter. Oplysninger, som er tilgængelige i en brancheforening som Mærkevareleverandørerne, skal derudover håndteres på en måde, som er i overensstemmelse med konkurrencereglerne.

Disse retningslinjer beskriver, hvordan Mærkevareleverandørerne håndterer medlemsoplysninger.

1. Modtagelse af oplysninger

Mærkevareleverandørerne modtager oplysninger fra medlemsvirksomheder, når Mærkevareleverandørerne laver markedsundersøgelser, ved medlemmernes indrapportering af omsætning til brug for kontingentfastsættelse og i tilsvarende situationer. Ved modtagelse af medlemsoplysninger følger Mærkevareleverandørerne følgende retningslinjer:

- Medlemmer indsender oplysninger elektronisk. Dette sker i videst muligt omfang gennem Mærkevareleverandørernes survey-program.
- Når medlemsvirksomheder deltager i markedsundersøgelser, hvor survey-programmet anvendes, registreres det kun, hvilket medlem der foretager en indrapportering, i tilfælde hvor det er nødvendigt.
- Ved modtagelsen af oplysninger i Mærkevareleverandørerne er oplysningerne, i det omfang det er muligt, opgjort på et overordnet niveau. Dette kan eksempelvis være kundeniveau, vareniveau eller højere niveauer. Mærkevareleverandørerne indsamler ikke oplysninger på et mere detaljeret niveau, end det der er nødvendigt for den konkrete opgave.
- Ved medlemmernes indrapportering af omsætningstal til brug for kontingentfastsættelse skal medlemmerne angive en omsætningsklasse, hvor det ikke er muligt for Mærkevareleverandørerne at se den eksakte omsætning.

2. Håndtering af oplysninger

Når Mærkevareleverandørerne har modtaget oplysninger fra medlemmer, opbevares oplysningerne på følgende måde:

- Alle oplysninger, som medlemmer indrapporterer til Mærkevareleverandørerne, modtages i Mærkevareleverandørernes sekretariat, som består af medarbejdere ansat i eller med fast tilknytning til Mærkevareleverandørerne, og som alle er pålagt at behandle

oplysningerne fortroligt. I sekretariatet er der ikke ansat personer med tilknytning til Mærkevarerleverandørernes medlemsvirksomheder.

- Oplysninger opbevares på Mærkevarerleverandørernes elektroniske drev. Elektronisk adgang til oplysningerne kræver sikkerhedskode. Oplysninger opbevares ikke fysisk hos Mærkevarerleverandørerne.
- Ved særligt behov for fortrolighed tilstræbes det altid, at så få personer som muligt har adgang til oplysningerne, også blandt Mærkevarerleverandørernes ansatte og medarbejdere med fast tilknytning til Mærkevarerleverandørerne.
- Bestyrelsen og andre organer i Mærkevarerleverandørerne, hvor der er repræsentanter fra Mærkevarerleverandørernes medlemsvirksomheder, har ikke adgang til Mærkevarerleverandørernes elektroniske drev.
- Oplysningerne videregives heller ikke på anden måde til Mærkevarerleverandørernes bestyrelse eller andre organer i Mærkevarerleverandørerne, hvor der er repræsentanter fra Mærkevarerleverandørernes medlemmer.

3. Udsendelse af oplysninger

Når Mærkevarerleverandørerne udsender oplysninger til medlemsvirksomheder, følger Mærkevarerleverandørerne nedenstående retningslinjer.

Der skelnes mellem oplysninger, som baserer sig på historiske data, og oplysninger der baserer sig på aktuelle data. Historiske data er oplysninger, som ikke fortæller noget om medlemmernes nuværende eller fremtidige markedsadfærd. Sådanne oplysninger kan Mærkevarerleverandørerne som udgangspunkt sende til medlemmerne, uden at det er i strid med konkurrencereglerne.

I forbindelse med udsendelse af oplysninger vurderer Mærkevarerleverandørerne, om der er tale om historiske data. Oplysninger, der er over 12 måneder gamle, betragtes som udgangspunkt som historiske data. Uanset oplysningernes alder vurderer Mærkevarerleverandørerne, om oplysningerne kan påvirke virksomhedernes markedsadfærd.

Hvis Mærkevarerleverandørerne vurderer, at oplysningerne kan påvirke medlemmernes markedsadfærd, eller hvis der er tale om oplysninger, der er under 12 måneder gamle, følges disse retningslinjer:

- Mærkevarerleverandørerne laver altid en konkret vurdering af, om oplysningerne kan betragtes som konkurrencefølsomme oplysninger, inden oplysningerne udsendes. I den forbindelse lægger Mærkevarerleverandørerne vægt på følgende forhold:
 - Hvorvidt oplysningerne kan påvirke medlemsvirksomhedernes markedsadfærd. Her anvendes "Mærkevarerleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer".
 - Oplysningernes karakter, detaljeringsgrad og hyppigheden i udsendelse af de pågældende oplysninger.
 - Markedsstrukturen på det marked oplysningerne vedrører, herunder antallet af aktører på markedet og medlemsvirksomhedernes markedsandel.
- Oplysninger udsendes kun i aggregeret form, hvoraf der ikke kan udledes oplysninger om enkeltvirksomheder.
- Det fremgår ikke af de udsendte oplysninger, hvilke medlemmer der har indberettet oplysninger.
- Hvis oplysningerne sendes ud til færre end 20 medlemmer, eller oplysningerne er modtaget fra færre end 20 medlemmer, oplyses det ikke, hvor mange medlemmer oplysningerne angår. Det oplyses i disse tilfælde kun, at oplysningerne angår færre end 20 medlemmer.

Når Mærkevarerleverandørerne vurderer, at der er behov herfor, godkender mindst to personer, at udsendelsen af oplysninger er i overensstemmelse med ovenstående retningslinjer, inden udsendelsen sker.