



RETNINGSLINJER FOR HÅNDBLING AF FORTROLIGE MEDLEMSOPLYSNINGER I MÆRKEVARELEVERANDØRERNE

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, er det ikke muligt for Mærkevareleverandørerne at se, hvilket medlem, der foretager en indrapportering.
- 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.
- 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. HÅNDBLING 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 Mærkevareleverandørerne. I sekretariatet er der ikke ansat personer med tilknytning til Mærkevareleverandørernes medlemsvirksomheder.



- Oplysninger opbevares på Mærkevareleverandørernes elektroniske drev. Elektronisk adgang til oplysningerne kræver sikkerhedskode, ligesom adgang til Mærkevareleverandørernes fysiske lokaler kræver adgangskort. Kun ansatte i Mærkevareleverandørernes har en sådan adgang.
- Det tilstræbes altid, at så få personer som muligt har adgang til oplysningerne, også blandt Mærkevareleverandørernes ansatte.
- Bestyrelsen og andre organer i Mærkevareleverandørerne, hvor der er repræsentanter fra Mærkevareleverandørernes medlemsvirksomheder, har ikke adgang til Mærkevareleverandørernes elektroniske drev.
- Oplysningerne videregives heller ikke på anden måde til Mærkevareleverandørernes bestyrelse eller andre organer i Mærkevareleverandørerne, hvor der er repræsentanter fra Mærkevareleverandørernes medlemmer.

3. UDSENDELSE AF OPLYSNINGER

Når Mærkevareleverandørerne udsender oplysninger til medlemsvirksomheder, følger Mærkevareleverandørerne 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 Mærkevareleverandørerne som udgangspunkt sende til medlemmerne, uden at det er i strid med konkurrencereglerne.

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

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

- Mærkevareleverandørerne laver altid en konkret vurdering af, om oplysningerne kan betragtes som konkurrencefølsomme oplysninger, inden oplysningerne udsendes. I den forbindelse lægger Mærkevareleverandørerne vægt på følgende forhold:
 - o Hvorvidt oplysningerne kan påvirke medlemsvirksomhedernes markedsadfærd. Her anvendes "Mærkevareleverandørernes Konkurrenceretlige Retningslinjer".
 - o Oplysningernes karakter, detaljeringsgrad og hyppigheden i udsendelse af de pågældende oplysninger.
 - o Markedsstrukturen på det marked oplysningerne vedrører, herunder antallet af aktører på markedet og medlemsvirksomhedernes markedsandel.



mærkevare
LEVERANDØRERNE
– for bæredygtig vækst og fair samhandel

- Oplysninger udsendes kun i aggregeret form, hvoraf der ikke kan udledes oplysninger om enkeltvirksomheder.
- Det fremgår ikke af de udsendte oplysninger, hvilke eller hvor mange medlemmer, der har indberettet oplysninger.

Inden udsendelse af oplysninger godkendes det altid af mindst to personer, at udsendelsen er i overensstemmelse med ovenstående retningslinjer.

*Udarbejdet af Horten Advokaterne for Mærkevareleverandørerne
Marts 2015*