

Konkurrenceretlige guidelines i brancheforeninger

Denne korte vejledning er udarbejdet med henblik på at sikre, at medlemsvirksomhederne i KONPA og deres ansatte ved møder, aktiviteter mv. i brancheforeningssammenhæng med deltagelse af konkurrenter ikke bliver part i aktiviteter, der evt. kunne udgøre en overtrædelse af konkurrencereglerne.

Hvad siger konkurrenceloven?

Konkurrenceloven forbyder enhver form for koordineret adfærd mellem virksomheder, der har til formål at hindre, begrænse eller fordreje konkurrencen, eller hvor selve adfærdens bevirker noget sådant. Da en brancheforening udgør en sammenslutning af virksomheder er alle former for konkurrencebegrænsende samarbejde mellem virksomheder i foreningen forbudt. Samordnet praksis om priser og geografisk markedsopdeling betragtes traditionelt som særligt grove overtrædelser, der udløser store bøder, hvorfor nedenstående forholdsregler bør iagttages.

Afholdelse af møder i brancheforeningsregi

Hovedregler for møders afvikling:

- Det er hensigtsmæssigt, at der generelt udarbejdes en dagsorden i forbindelse med afvikling af mødet, og at denne udsendes til deltagerne inden mødet.
- Alle møder bør holde sig indenfor dagsordenens emner, og der bør udarbejdes et referat, som efterfølgende godkendes af mødedeltagerne.
- Alle møder i brancheforenings regi bør have deltagelse af minimum én fra brancheforeningens sekretariat.
- Undtaget herfra er specielle erfa-netværk og lignende, men brancheforeningens sekretariat bør i givet fald inden dagsordenen udsendes have godkendt denne, ligesom det anbefales, at sekretariatet efterfølgende modtager et referat fra mødet.
- Hvis en samtale nærmer sig en overtrædelse af konkurrencereglerne, skal repræsentanten fra brancheforeningen straks stoppe samtalen.
- I tilfælde af tvivl om lovligheden af en samtale skal de tilstedeværende stoppe samtalen, indtil lovligheden af emnet kan blive bekræftet.

Hvad der ikke må drøftes på møderne?

Konkurrencereglerne forbyder enhver form for åben diskussion, aftale eller hemmelig forståelse/samordnet praksis mellem konkurrenter eller udveksling af oplysninger om:

- a) Priser (aktuelle eller fremtidige), prisændringer (fx kronebeløb, procentsats eller index), prisstrategier, salgsbetingelser, avancer, rabatter, bonus, gebyrer, tilskud,

- kreditbetingelser, bud på ordrer mv., vejledning om beregninger af pris/prisændringer osv.
- b) Markedsdeling
 - c) Produktions- og distributionsomkostninger, omkostningsberegningsmodeller med ”pædagogiske eksempler”, prognoser om omkostningsudvikling, konkrete omkostningsbenchmarks og kvoter.
 - d) Tal og/eller planer, for så vidt angår leverandører, produktion, lager, marketing og salgsfremmende aktiviteter (fx hvilke mængder de producerer eller sælger)
 - e) Alle emner relateret til deres leverandører eller kunder, inklusiv ethvert forsøg på samlet adfærd, der kan have til effekt at ekskludere leverandører eller kunder fra markedet.

Nogle af disse informationer kan lovligt indgå i statistikker, hvor data indberettes i anonymiseret form.

Hvad må man tale om?

Ikke konfidentielle, teknisk relevante emner (forudsat at det ikke kan misbruges til at holde nogen ude af markedet) såsom standarder, miljøregulering, emner relateret til sundheds- og sikkerhedshensyn samt lovgivningsmæssig og politisk udvikling. Endvidere offentligt tilgængelig information om tendenser i markedet samt generelle salgsfremmende aktiviteter på brancheniveau – herunder planlægning af messer. Pr- og lobby-arbejde for industrien.

Disse guidelines gælder alle møder i brancheforenings regi, herunder fx direktørmøder, generalforsamlinger, bestyrelsesmøder samt møder i råd, udvalg mv.

Tilladt informationsudveksling

Udveksling af statistisk materiale tillades, når materialet:

Er generelt, historisk og ikke konfidentielt eller indeholder aggregerede data fra mindst 3-8 konkurrerende virksomheder. Det må i materialet ikke være muligt, at identificere indberetningerne fra de enkelte virksomheder.

Forbudt informationsudveksling

Udveksling af ikke-anonymiseret information – uanset at informationen kan skaffes ad andre kanaler, herunder fx information vedrørende:

Priser, produkt, kapacitetsudnyttelsesgrader, omkostninger, salgsmængder, markedsandele, marketingplaner, lager.