

code of conduct bijlage - vermijden van anti-concurrerend gedrag

nadere toelichting

In bijna alle landen waarin Aalberts actief is, bestaat er mededingingswetgeving (of antitrust- of antikartelwetgeving). In essentie is de kern van deze wetten altijd hetzelfde: bedrijven mogen geen enkele vorm van vertrouwelijke informatie delen met hun concurrenten. Natuurlijk zijn prijsafspraken tussen concurrenten of overeenkomsten (zelfs informeel) tussen concurrenten om elkaars klantengroepen of -focus te respecteren duidelijk verboden.

Het kartelverbod gaat zelfs nog verder. Het verstrekken van informatie over ons huidige beleid, voorgenomen acties of zelfs recente besluiten met betrekking tot het commerciële beleid aan een vertegenwoordiger van een concurrent is een schending van de mededingingswetgeving.

Het is niet relevant of de informatie volgens ons "belangrijk" is of dat de concurrent zich al bewust was van de informatie. Zelfs de "bevestiging" dat de informatie die een concurrent over ons commerciële beleid heeft juist is, houdt in de gehele wereld een ernstige schending van de mededingingsregels in. Soms krijgt u via klanten informatie over de acties van concurrenten. De mededingingsautoriteiten hebben bepaald dat in sommige gevallen het delen van informatie over het commerciële beleid van concurrenten via klanten een inbreuk is op de mededingingswetgeving.

Het kan in de dagelijkse praktijk voorkomen dat u concurrenten ontmoet. Praten met concurrenten is altijd erg riskant en als u er voor kiest om het te doen, is het uw verantwoordelijkheid dat er geen gevoelige informatie wordt uitgewisseld. Het enige alternatief zou zijn elk contact te verbieden tussen medewerkers van Aalberts en concurrenten, ongeacht het onderwerp (zelfs voor zover het wettelijk is toegestaan). Aalberts wil echter een dergelijk vergaand verbod niet instellen, omdat we erop vertrouwen dat onze medewerkers verantwoord zullen handelen. U dient in elk geval tijdens een conversatie volstrekt duidelijk te maken dat u weigert gevoelige informatie te onthullen of te ontvangen, zelfs als een dergelijke uitwisseling van informatie verleidelijk of zelfs nuttig voor zakelijk gebruik zou lijken.

De boetes voor schending van de mededingingswetgeving zijn enorm en zijn van toepassing op beide betrokken ondernemingen en de personen die de mededingingswetgeving schenden. In Europa kunnen boetes die aan ondernemingen worden opgelegd oplopen tot 10% van de groepsomzet van het afgelopen jaar. In Duitsland, om een voorbeeld te noemen, kunnen personen een boete krijgen van maximaal EUR 1 miljoen. In sommige landen waar wij zaken doen, kunnen mensen zelfs tot gevangenisstraf worden veroordeeld wegens inbreuk op de mededingingswetgeving. Dit gaat gewoonlijk om schendingen die betrekking hebben op contacten met concurrenten.

Vanzelfsprekend zijn er onderdelen van de mededingingswetgeving die genuanceerder zijn, zoals: kunnen wij met deze concurrent samenwerken op het gebied van R&D? Of kunnen wij grondstoffen gezamenlijk inkopen? Of kunnen we exclusiviteit vragen aan een

leverancier of verlenen aan een distributeur/klant? Dit zijn allemaal vragen die een delicate juridische en economische analyse vragen. Wij verzoeken u geen beslissingen over dergelijke kwesties te nemen zonder voorafgaand overleg met uw leidinggevende, zodat vooraf juridisch advies kan worden ingewonnen.

Een ander aspect van mededingingswetgeving betreft de zeggenschap over bedrijven die een sterke positie hebben op een bepaalde markt. Indien een onderneming een zeer sterke positie heeft op een markt (een quasimonopolie of dominantie) wordt de commerciële vrijheid aanzienlijk beperkt door een deel van de mededingingswetgeving. Van markt-dominantie wordt geacht sprake te zijn wanneer wij onze eigen voorwaarden kunnen stellen zonder dat we veel rekening behoeven te houden met onze concurrenten. Marktaandeel en de afstand tot concurrenten zijn de beslissende kenmerken om dominantie te definiëren. Als wij denken dat we een marktaandeel van 20% of meer hebben, dienen we grondiger over onze voorwaarden na te denken. Kunnen we nog steeds exclusieve transacties afsluiten of kortingen toezeggen aan klanten? Als u met dergelijke vragen wordt geconfronteerd, dient u zich tot uw leidinggevende te wenden, zodat vooraf juridisch advies kan worden ingewonnen.

voorbeelden

Voorbeeld 1: Er vindt een bijeenkomst van een ondernemingsvereniging plaats. De kwesties die daar worden besproken, betreffen onder meer de huidige certificeringsprocedures en wetsvoorstellen met betrekking tot productstandaarden.

Tijdens een koffiepauze komt u in gesprek met medewerkers van twee concurrenten. Het gesprek komt op de lopende jaarlijkse onderhandelingen met een belangrijke groothandelaar. Deze vraagt om hogere kortingen, betere voorwaarden voor kredieten en retourzendingen, verlaging van de minimale kooporders, verhoging van de ondersteuning door middel van reclame en bijdrage aan verschillende marketingactiviteiten. De collega's vertellen u dat zij dezelfde verzoeken hebben gekregen en dat zij de verzoeken om marketingondersteuning waarschijnlijk zullen honoreren, maar dat zij de andere verzoeken beslist zullen afwijzen. Zij vragen u vervolgens hoe wij op deze verzoeken zullen reageren. U antwoordt dat wij nog geen besluit hebben genomen, maar dat u het idee hebt dat de voorgenomen strategie van uw collega's juist is. U stelt dat het, naar uw mening, goed zou zijn als ten minste de andere verzoeken zouden worden geweigerd.

Deze conversatie vormt een ernstige schending van de mededingingswetgeving. De mededingingsautoriteiten gaan ervan uit dat de informatie die in dit gesprek is uitgewisseld invloed heeft op de onderhandelingen met de klanten en dus op de concurrentie. Een dergelijke aanname kan nauwelijks worden weerlegd in een mededingingsprocedure. In deze context is het feit dat de groothandelaar mogelijk een sterke positie heeft op de markt voor groothandelaren niet van belang.

Wat zou u doen als een concurrent (zelfs een vroegere collega, een vriend of een familieid) u informatie verstrekt over zijn bedrijf?

Vertel dat het u niet is toegestaan te spreken over verzoeken van groothandelaren, de stand van zaken rond de onderhandelingen met groothandelaren of over onze onderhandelingsstrategie. Het is echter wel toegestaan te praten over de tevredenheid van klanten van de groothandelaar of over de opening van een nieuw groothandelsmagazijn of de locatie van groothandelsmagazijnen. Als vuistregel dient u bij elk contact met concurrenten in gedachten te houden dat u geen informatie mag uitwisselen die ons of een concurrent er toe kan brengen onze/zijn bedrijfsstrategie, prijzen, productportfolio, productieprocessen etc. aan te passen of ten minste te overwegen dat te doen.

Voorbeeld 2: U woont een bijeenkomst bij van een belangengroep. De belangengroep bestaat uit verschillende producenten in een marktsector die een specifiek type product op de markt brengen. De deelnemers bespreken welke conclusies zouden moeten worden getrokken uit een voor gezamenlijke rekening uitgevoerd productonderzoek. In de loop van het gesprek wordt het duidelijk dat er verschillende veranderingen in het product en aanpassingen in het productieproces vereist zijn om aan bepaalde technische standaarden/normen te voldoen. Tijdens de lunch vertelt een producent u dat de grondstofprijzen en de resultaten van het onderzoek tot een prijsstijging zullen leiden. Hij stelt dat, naar zijn mening, de marketinginspanningen gericht zouden moeten zijn op de verbeterde productkenmerken.

De bijeenkomst als zodanig zou legitiem kunnen zijn, maar u dient altijd in gedachten te houden geen ontoelaatbare onderwerpen te bespreken als u contact hebt met concurrenten. Alles dat verder gaat dan het legitieme doel van gemeenschappelijke ontwikkeling en marketing van producten (zoals informatie over de eigen marketingactiviteiten van de deelnemende partijen, prijzen, markten of de uitwisseling van informatie over productie- of inkoopkosten) is ontoelaatbaar. Dus als het gesprek gaat over een prijsstijging van grondstoffen en de effecten op de productiekosten en prijzen, dient u zich te distantiëren van die discussie en duidelijk te maken dat u niet wenst deel te nemen aan een dergelijke uitwisseling van informatie. Dit geldt ook voor andere gevoelige informatie met betrekking tot klanten, omzet, verkoopcijfers, capaciteit, investeringen, innovatie en technologie. Het is op z'n hoogst toelaatbaar te praten over verkopen of bedrijfsontwikkelingen in het algemeen, die het niet mogelijk maken conclusies te trekken ten aanzien van specifieke producten of individuele fabrikanten.

Voorbeeld 3: U bent aanwezig op een vakbeurs om onze producten te presenteren. Een medewerker van een concurrent bezoekt uw stand en introduceert zichzelf als een medewerker van de concurrent. Hij zegt dat hij graag meer zou willen weten over productontwikkelingen en stelt vragen over

specifieke producten die in de stand getoond worden. Hij wil prijzen, productie- en ontwikkelingskosten weten en vraagt naar de gebruikte materialen. Hoe dient u te reageren?

Geef deze persoon geen informatie anders dan in de productbrochures en prijslijsten is opgenomen, of andere informatie die al beschikbaar is in de stand of op de website van de onderneming. Informatie met betrekking tot markintroductie, productie- en ontwikkelingskosten en knowhow is zeer gevoelige bedrijfsinformatie. Uitwisseling van deze informatie vormt een ernstige schending van de mededingingswetgeving. Zelfs indien deze persoon aanbiedt ook informatie te verstrekken over productontwikkeling etc. van de concurrent, is het u niet toegestaan hem deze gevoelige informatie te verstrekken.

vragen en antwoorden

Vraag 1: Ik ontvang vertrouwelijke zakelijke informatie over de concurrent. Wat moet ik doen?

Antwoord 1: Het is van doorslaggevend belang waar de informatie vandaan komt. Bijvoorbeeld, wanneer de groothandelaar u vrijwillig informatie verstrekt over de voorwaarden van uw concurrent, is die informatie legitiem en kunt u die ook gebruiken bij uw eigen prijsonderhandelingen. Indien die informatie echter afkomstig is van een concurrent, zijn de uitgangspunten van toepassing die uitgelegd worden in de bovengenoemde voorbeelden. In het algemeen mag u van dergelijke informatie geen gebruik maken. Meld deze situatie direct aan het sales management of aan uw leidinggevende.

Vraag 2: Ik neem deel aan een werkgroep waarin ook vertegenwoordigers van de concurrent zitten. Soms vang ik relevante informatie op tijdens deze bijeenkomsten. Wat kan ik doen met deze informatie?

Antwoord 2: De uitgangspunten die uitgelegd worden in de bovengenoemde voorbeelden zijn van toepassing. In persoonlijke gesprekken dient u een dergelijke uitwisseling van informatie af te wijzen. U mag van dergelijke informatie geen gebruik maken. Meld deze situatie direct aan het sales management of aan uw leidinggevende.

Vraag 3: Wij hebben een sterke marktpositie (gewoonlijk meer dan 20%) in een specifieke productsector. Een groothandelaar vraagt om hogere kortingen. Wij zijn bereid een aanzienlijke korting toe te zeggen, aangezien het een belangrijke klant is. Kan ik een dergelijke grote korting toezeggen? Kan ik dit doen op voorwaarde dat de groothandelaar één van onze concurrenten uitsluit als leverancier?

Antwoord 3: Neem contact op met uw leidinggevende, zodat voorafgaand juridisch advies kan worden ingewonnen alvorens met deze klant een korting overeen te komen, zelfs al is het de wens van de klant. In veel landen waar wij zaken doen hebben dominante ondernemingen conform de mededingingswetgeving niet de vrijheid om kortingen zelf te bepalen. Zonder voorafgaande juridische toetsing kan een dominante onderneming ook niet het initiatief nemen of leveranciers dwingen om concurrenten als leveranciers uit te sluiten.