



Taking brands further

Gedragcode ↘
Brussel, België
19 maart 2025 - AdaStone

Inhoudsopgave

INLEIDING

WELKE GEDRAGINGEN ZIJN VERBODEN ONDER HET MEDEDINGINGSRECHT?

SLEUTELPRINCIPES EN VERBODEN PRAKTIJKEN

WAAROM IS NALEVING VAN HET MEDEDINGINGSRECHT BELANGRIJK?

↳ INLEIDING

United Brands Association (“UBA”) verenigt merkenbouwers en behartigt hun belangen. Wij zetten ons in om onze leden te **ondersteunen, inspireren en met elkaar te verbinden**. UBA creëert een stimulerende omgeving waar leden elkaar ontmoeten, ervaringen delen, van elkaar leren en opleidingen volgen rond thema’s die zijn afgestemd op de behoeften van merkenbouwers en hun teams. Op die manier geven we ambitieuze merken de ruimte om **duurzaam te groeien**. Wij geloven dat een sterk en levendig netwerk de ideale voedingsbodem is voor nieuwe ideeën, innovatie en strategische inzichten. UBA biedt een inspirerende omgeving waarin **verbinding centraal staat**. Want kennis delen, kansen creëren en samenwerking stimuleren werkt nu eenmaal beter **wanneer we de krachten bundelen**.

In het nastreven van deze missie erkent UBA dat het succes en de groei van onze community afhankelijk zijn van een eerlijk en competitief marktklimaat.

Daarom zetten wij ons in voor het handhaven van **hoge juridische en ethische normen** op ons platform en binnen al onze activiteiten, die bedrijven uit de sector – inclusief concurrenten – samenbrengen. Samenwerking binnen een sectororganisatie kan marktvoordelen opleveren en de concurrentie stimuleren, maar houdt ook **risico’s in op het vlak van mededingingsrecht**. Het grootste risico doet zich voor wanneer het UBA-platform – zowel formele vergaderingen als informele bijeenkomsten – wordt misbruikt om **concurrentiebeperkende afspraken te faciliteren of zelfs maar te suggereren**. UBA, haar leden en alle deelnemers aan UBA-programma’s en -evenementen delen de verantwoordelijkheid om het mededingingsrecht te respecteren en eerlijke concurrentie te bevorderen, met als doel **innovatie, kwaliteitsverbetering en eerlijke prijzen** voor zowel consumenten als bedrijven.

Het doel van deze **Gedragscode** is het omschrijven van de belangrijkste gedragsprincipes die gelden voor leden binnen een sectororganisatie en die de basis vormen voor best practices. Deze code is van toepassing op alle activiteiten binnen UBA, evenals op gezamenlijke initiatieven van UBA met andere entiteiten of sectororganisaties. Zowel de leden als UBA zelf dragen er zorg voor dat ook personen die in hun opdracht handelen of voor hen werken deze Gedragscode naleven.

Deze Gedragscode onderstreept onze toewijding aan wettelijk en ethisch handelen. Ze fungeert als een centrale leidraad voor UBA-medewerkers, leden, bestuursorganen en externe partners om hun verplichtingen onder het mededingingsrecht te begrijpen en om bewust om te gaan met situaties die mogelijke nalevingsrisico’s met zich meebrengen. Door duidelijke normen te stellen voor correct gedrag, biedt deze code alle betrokkenen de nodige handvatten om mogelijke inbreuken tijdig te herkennen en op een verantwoorde manier binnen de grenzen van het mededingingsrecht te handelen.

Deze Gedragscode is bijgevolg **algemeen van aard** en kan niet op voorhand inspelen op elk mogelijk juridisch vraagstuk dat zich kan voordoen. Daarom is het belangrijk dat leden bij twijfel of vragen steeds **juridisch advies inwinnen**.

↳ WELKE GEDRAGINGEN ZIJN VERBODEN ONDER HET MEDEDINGINGSRECHT?

Veel functies van sectororganisaties vallen volledig buiten het toepassingsgebied van het mededingingsrecht, omdat zij de commerciële vrijheid van leden niet beperken en de kansen van niet-leden op relevante markten niet uitsluiten. Sectororganisaties vertegenwoordigen immers het standpunt en de belangen van de sector, stimuleren standaardopleiding en -training, stellen industriestandaarden vast en voeren sectorbreed onderzoek uit. Hierdoor kunnen binnen een sectororganisatie tal van legitieme en concurrentiebevorderende afspraken tussen concurrenten worden gemaakt.

Toch is een sectororganisatie per definitie een gezamenlijke activiteit van spelers binnen dezelfde sector — waaronder zowel huidige als potentiële concurrenten — waardoor bepaalde activiteiten van de organisatie en haar leden aanleiding kunnen geven tot bezorgdheid in het kader van het EU-mededingingsrecht.

↳ Mededingingsbeperkende afspraken

Het is verboden afspraken te maken tussen concurrenten die de mededinging beperken. Binnen het mededingingsrecht wordt het begrip “**afspraken**” zeer ruim geïnterpreteerd. Elke vorm van overleg of interactie tussen concurrerende ondernemingen valt hieronder. Een formele of schriftelijke overeenkomst is dus niet vereist om een inbreuk vast te stellen. Een afspraak kan worden afgeleid uit gedragingen, communicatie, gesprekken of andere contextuele factoren. Ook stilzwijgende coördinatie tussen concurrenten valt onder dit verbod, evenals toespraken of publieke verklaringen. Zelfs het uitwisselen van gevoelige informatie kan – vanuit mededingingsrechtelijk oogpunt – al voldoende zijn om te worden beschouwd als een inbreuk.

Daarnaast is het voldoende dat een afspraak de mededinging **potentieel** kan beperken. Het is dus niet noodzakelijk dat de afspraak daadwerkelijk effect heeft gehad op de markt om als mededingingsbeperkend te worden beschouwd.

Veelvoorkomende vormen van mededingingsbeperkende afspraken zijn onder meer het vaststellen of coördineren van prijzen, het afspreken van handelsvoorwaarden, controle op levering en productie, en het verdelen van markten of klanten.

↳ Misbruik van een dominante positie

Het misbruiken van een dominante positie op de markt door één of meerdere ondernemingen is verboden onder het mededingingsrecht. Er is sprake van een dominante positie wanneer één onderneming, of meerdere ondernemingen gezamenlijk, ten minste 40% van het marktaandeel bezitten. Dit kan ook voorkomen binnen een sectororganisatie waarvan de leden samen een aanzienlijk marktaandeel vertegenwoordigen.

Het is belangrijk te benadrukken dat het bezitten van een dominante positie op zich niet illegaal is. Wat wel verboden is, is het misbruiken van deze positie op een wijze die concurrentie uitschakelt of klanten schade toebrengt.

Veelvoorkomende vormen van misbruik zijn onder meer het beperken van de toegang van concurrenten tot de markt of het gebruiken van macht om marktaandeel of oneerlijke voordelen te verkrijgen (het zonder objectieve redenen uitsluiten van een concurrent, het collectief weigeren om zaken te doen met een concurrent, het opleggen van eenzijdige of buitensporige handelsvoorwaarden of het verkopen met verlies om concurrenten uit de markt te drukken).

↳ SLEUTELPRINCIPES EN VERBODEN PRAKTIJKEN

UBA zet zich in om haar missie te realiseren binnen een platform dat functioneert in een gezonde en eerlijke concurrentieomgeving. UBA is van nature concurrentiebevorderend. Toch kan, net als bij elke sectororganisatie, het platform misbruikt worden en veranderen in een instrument voor mededingingsbeperkend gedrag.

Daarom is het essentieel dat UBA en haar leden zich bewust zijn van de belangrijkste risicozones op het vlak van mededinging en de onderstaande principes strikt naleven:

➤ **Leden mogen onder geen enkele voorwaarde de volgende onderwerpen bespreken, informatie uitwisselen of hierover afspraken maken:**

- **Prijsafspraken**
 - Het bespreken of overeenkomen van prijzen, inclusief toekomstige prijsstrategieën, kortingsbeleid, winsten of winstmarges voor producten of diensten.
 - Het uitwisselen van gevoelige kostprijsinformatie die (in)direct prijsafspraken zou kunnen vergemakkelijken.
- **Markt- of klantenverdeling**
 - Het toewijzen van specifieke regio's, klantengroepen of marktsegmenten onder de leden om concurrentie te vermijden, inclusief afspraken om niet met elkaar te concurreren in bepaalde geografische gebieden of voor bepaalde klantensegmenten.
- **Beperking van aanbod, verkoop of markttoetreding**
 - Het beperken van productie-, distributie- of verkoopvolumes om het spel van vraag en aanbod te manipuleren.
 - Het coördineren van verkoopbeperkingen of het vastleggen van quota om marktaandelen te controleren.
 - Het blokkeren van toetreding tot de markt voor nieuwe concurrenten of het uitsluiten van bestaande spelers.
- **Manipulatie van biedingen en gunningen**
 - Het bespreken of afstemmen van biedstrategieën bij aanbestedingen, inclusief prijsstelling, contractvoorwaarden of leveringsschema's.
 - Het delen van intenties of informatie over biedingen, zoals geplande biedbedragen of concurrentievoordelen.
- **Uitwisseling van gevoelige informatie**
 - Gedetailleerde verkoopcijfers, omzetgegevens of informatie over marktaandelen die niet openbaar zijn.
 - Kostenstructuren, productiecapaciteiten, voorraadniveaus.
 - Plannen voor productlanceringen, marketingcampagnes of advertentiebudgetten.
 - Strategische bedrijfsplannen.
 - Klantspecifieke informatie.

↘ Leden mogen geen informatie uitwisselen die (vermeende) samenwerking tussen concurrenten kan vergemakkelijken

UBA kan als sectororganisatie commerciële informatie verzamelen om bijvoorbeeld industriecijfers te publiceren, gezamenlijk marktonderzoek en algemene studies uit te voeren, of te communiceren met toezichthouders. Commerciële informatie wordt geaggregeerd zodat de gegevens van individuele leden of bedrijven niet herleidbaar of af te leiden zijn. Toch moeten hierbij enkele voorzorgsmaatregelen worden genomen:

- Vrijwillige deelname van de leden;
- Een onafhankelijke derde partij moet verantwoordelijk zijn voor het verzamelen en verwerken van de informatie van de leden;
- Vertrouwelijkheid moet worden gewaarborgd;
- Er nemen voldoende respondenten deel aan de enquête om data te kunnen aggregeren en de identiteit van de respondenten te beschermen.

↘ Leden mogen geen standaarden vaststellen, inclusief best practices, die tot mededingingsbeperkingen kunnen leiden

Initiatieven voor standaardisatie, zoals het opstellen van best practices, kunnen bijdragen aan kwaliteitsverbetering, technologische vooruitgang en klanttevredenheid, en helpen om naleving van basisprincipes van zakelijke ethiek te waarborgen. Toch kunnen uniforme standaarden ook mededingingsbeperkend werken wanneer ze belangrijke elementen van marktwerking onderdrukken. UBA en haar leden moeten er daarom op toezien dat standaardiseringsactiviteiten uitsluitend pro-competitieve doelstellingen nastreven. Bovendien moet het standaardisatieproces openstaan voor alle belanghebbenden, en moeten de uiteindelijke standaarden op eerlijke en transparante wijze toegankelijk zijn voor iedereen in de sector.

↘ Leden mogen geen boycot organiseren, weigeren zaken te doen of concurrenten uitsluiten zonder gerechtvaardigde, objectieve en legitieme redenen:

Het collectief weigeren om samen te werken met bepaalde leveranciers, bureaus, adverteerders of klanten, of het onderling afspreken om specifieke bedrijven uit te sluiten van sectorevenementen, platforms of professionele netwerken, kan – indien zonder gegronde reden – worden beschouwd als mededingingsbeperkend gedrag.

Dit sluit uiteraard niet uit dat UBA objectieve, redelijke en legitieme toelatingscriteria mag hanteren voor het lidmaatschap van de vereniging, mits deze transparant en consequent worden toegepast.

Dit is een **niet-exhaustieve lijst** van verboden praktijken. Alle UBA-leden, deelnemers aan UBA-activiteiten en externe partners moeten steeds met gepaste voorzichtigheid handelen en de principes van het mededingingsrecht respecteren bij interacties met elkaar of bij gebruik van het UBA-platform.

Word je geconfronteerd met een mogelijke inbreuk? Onderbreek dan onmiddellijk het gesprek en meld de situatie bij de bevoegde afdeling binnen jouw organisatie.

↳ WAAROM IS NALEVING VAN HET MEDEDINGINGSRECHT BELANGRIJK?

Naleving van het mededingingsrecht is niet alleen een wettelijke verplichting, maar vormt ook een fundament van ethisch en duurzaam ondernemerschap. Overtredingen brengen aanzienlijke risico's met zich mee voor UBA, haar leden, externe partners en alle deelnemers aan UBA-activiteiten.

Mededingingsautoriteiten beschikken over ruime bevoegdheden om (onaangekondigde) onderzoeken te voeren die langdurig, ontwrichtend en kostbaar kunnen zijn. Zij kunnen bovendien zware geldboetes opleggen aan zowel individuele ondernemingen als aan UBA zelf – tot wel 10% van de jaarlijkse omzet. Daarnaast kunnen benadeelde partijen schadevergoeding eisen voor geleden verliezen.

Niet-naleving tast ook de reputatie aan. Zelfs de schijn van een mededingingsinbreuk kan blijvende schade toebrengen aan het imago van zowel leden als UBA, het vertrouwen van stakeholders ondermijnen en zakelijke relaties verstoren.

UBA behoudt zich het recht voor om een lidmaatschap te weigeren of te beëindigen, of de deelname van een lid aan activiteiten of het platform te beperken, indien daarvoor objectieve, redelijke en legitieme gronden bestaan. Alle vermoedelijke en vastgestelde inbreuken, evenals de conclusies en eventuele sancties, worden opgenomen in een centraal incidentenregister dat door UBA wordt beheerd.

Bij twijfel of bezorgdheid over de wettelijkheid van een gesprek of onderwerp, is het sterk aanbevolen om tijdig juridisch advies in te winnen.