



MMA gedragscode mededingingsrecht

De Magazine Media Associatie (MMA) acht het van belang dat haar activiteiten steeds in overeenstemming zijn met het mededingingsrecht. De MMA gedragscode is opgesteld om de leden en de brancheorganisatie te behoeden voor - onbedoelde - overtredingen van het mededingingsrecht. Naleving van deze regels is niet alleen noodzakelijk omdat op overtreding van het mededingingsrecht hoge boetes staan voor individuele leden én de MMA, ook schaadt de overtreding het imago van de gehele sector. Onderstaande code bevat voorbeelden van mededingingsbeperkende afspraken (wat mag niet), maar geeft ook aan wat wel is toegestaan.

Wat mag niet?

Men dient zich in ieder geval te onthouden van informatie-uitwisseling en/of afstemming over:

- prijzen of prijsgerelateerde onderwerpen, zoals marges, kortingen, tarieven, prijswijzigingen, adviesprijzen en toeslagen;
- afzet, waaronder beleving van bepaalde klanten, of activiteiten in een bepaald segment of gebied;
- over door wederverkopers te hanteren minimum- of vaste wederverkooprijzen of te hanteren marges.

Deze onderwerpen mogen in geen geval binnen de MMA aan de orde komen:

- (advies) prijzen, kosten, kortingen, tarieven, toeslagen, omzet of volumes, tenzij
 - a. de informatie door verloop van tijd geen betekenis (meer) heeft voor actueel of toekomstig marktgedrag of
 - b. op vertrouwelijke basis aan MMA ter beschikking wordt gesteld en op niet-concurrentiegevoelige wijze wordt bekendgemaakt *;
- boycot van bepaalde leveranciers of afnemers;
- commerciële informatie van de individuele MMA-lidbedrijven;
- verdeling van de markt (bijv. geografisch gebied, klanten, segmenten);
- bekendmaking van de gemiddelde prijs of van de bandbreedte van prijzen binnen de branche;

- beperking van productie of verkoop

**Het verzamelen, bewerken en verspreiden van marktgegevens in getotaliseerde vorm door de MMA is geoorloofd, mits bij de verzameling (personeel of vertegenwoordigers van) MMA-lidbedrijven geen toegang hebben tot de desbetreffende gegevens en het marktgedrag van afzonderlijke leden niet bekend wordt gemaakt en ook niet is te herleiden uit de verspreide gegevens.*

Rol van de MMA

- De MMA zal op geen enkele wijze bijdragen aan de coördinatie van het commerciële gedrag van haar leden of gedragingen als hiervoor beschreven initiëren, faciliteren of uitvoeren;
- De MMA zal zich onthouden van aanbevelingen in welke vorm dan ook met betrekking tot bedrijfsvertrouwelijke of commerciële aspecten van de bedrijfsvoering van de leden, zoals marges, prijzen en prijselementen waaronder kortingen en toeslagen, of andere concurrentieparameters;
- De MMA zal nimmer oproepen tot een boycot van bepaalde klanten of leveranciers of tot een daarmee gelijk te stellen gedraging;
- De MMA zal ingrijpen indien wordt waargenomen dat MMA-leden bij (informeel) contact bovenstaande regels niet in acht nemen;
- Bij schending van bovenstaande regels of bij twijfel tijdens een MMA-bijeenkomst, zal de MMA deze bijeenkomst direct schorsen.

Wat is wel toegestaan?

Toegestaan is:

- **Juridisch advies aan leden en overleg over juridische zaken tussen leden onderling**
- **Cao's afsluiten namens de sector**
- **Voorbeeldcontracten aanbieden**
is toegestaan, zolang het gebruik daarvan niet kan leiden tot parallel (markt)gedrag van leden ten aanzien van concurrentiegevoelige zaken zoals tarieven, honoraria en betalingstermijnen.
- **Gemeenschappelijke inkoop**
De MMA mag in principe op basis van een gezamenlijke inkoop samenwerking voor leden gunstige voorwaarden bedingen bij de inkoop van goederen en diensten, zoals op het gebied van posttarieven, verzekeringen, energie, etc. Gemeenschappelijke inkoop leidt mogelijk wel tot mededingingsrechtelijke bezwaren als:
 1. *deze leidt tot aanzienlijke inkoopmacht;*
 2. *deze coördinatie tussen de leden op de afzetmarkt(en) in de hand werkt, bijvoorbeeld doordat zij door de inkoop hoge gemeenschappelijke kosten krijgen of een groot deel van hun variabele kosten gaan delen;*
 3. *de leden (min of meer) verplicht zouden zijn via de MMA in te kopen of*
 4. *deze op andere manieren tot directe of indirecte afstemming van marktgedrag kan leiden, zoals bij gezamenlijke inkoop van marktinformatie*
- **Gemeenschappelijke reclame namens de sector**
Gemeenschappelijke reclame namens de sector mag, zolang dit niet leidt tot de afstemming van het commerciële gedrag van de leden en zolang er geen bijkomende verplichtingen zijn die direct of indirect leden weerhouden eigen reclame te maken.
- **Benchmarking/vergelijkingsmodellen**
Eensysteem aan de hand waarvan branchegenoten hun prestaties en kostenstructuur kunnen vergelijken met gemiddelden of best practices in de sector is toegestaan. Indien naar aanleiding van deze vergelijkingsmodellen aanbevelingen worden gedaan of conclusies kunnen worden getrokken die kunnen leiden tot coördinatie van het marktgedrag van leden is dit echter niet toegestaan, ook niet als deze aanbevelingen op een vrijblijvende manier worden gepresenteerd.
- **Informatie verspreiden over marktaandelen**
Het is toegestaan voor leden overzichten beschikbaar te maken van totale verkoopcijfers van de markt. Het is niet toegestaan om leden te informeren over elkaars verkoopcijfers of marktaandelen. Ook moet worden gewaarborgd dat bij de verzameling van deze gegevens (personeel of vertegenwoordigers van) MMA-lidbedrijven geen toegang hebben tot de desbetreffende gegevens van de andere leden. Het is niet toegestaan om leden te informeren over elkaars verkoopcijfers of marktaandelen. Ook moet worden gewaarborgd dat bij de verzameling van deze gegevens (personeel of vertegenwoordigers van) MMA-lidbedrijven geen toegang hebben tot de desbetreffende gegevens van de andere leden.
- **Objectieve markt informatie verspreiden**
Algemeen toegankelijke informatie, zeker objectieve en meer geaggregeerde informatie die op feiten uit het verleden betrekking hebben kan in het algemeen worden gedeeld of verspreid. Informatie die afkomstig is van bijvoorbeeld CPB (energie-, huisvestings-, reclame-, en klantenservicekosten), CBS of cao's (loonkosten) mag worden verspreid, mits er geen vertalingen, adviezen en voorspellingen worden gebaseerd op deze informatie, bijvoorbeeld over normhonoraria (al dan niet binnen bepaalde marges) of (aanpassing van) winststoplagen. Verwijzen naar reeds aangekondigde kostenverzwarende of –verlichtende overheidsmaatregelen is toegestaan, mits zonder suggestie of advies tot doorberekening. Verspreiden of delen van informatie die herleidbaar is tot individuele ondernemingen is verboden.
- **Individueel gebruik maken van informatie van een externe partij**
Informatie over de markt vergaren via een externe partij, zoals een marktonderzoeksbureau, is toegestaan. Gezamenlijke inkoop van markt informatie door branchegenoten en/of deze gezamenlijk bespreken, ver- of bewerken is riskant omdat het (onbedoeld) kan leiden tot afstemming van marktgedrag.
- **Informatie uitwisselen**
Dit is toegestaan, tenzij informatie vanwege de aard en/of de marktomstandigheden de normale onzekerheid over het gedrag van concurrenten op de markt kan verminderen of uitschakelen, dus concurrentiegevoelig is.

Informatie is onder meer concurrentiegevoeliger als zij:

1. betrekking heeft op strategische aspecten waaronder concurrentieparameters zoals prijzen, productie, afzet en klanten;
2. gedetailleerder is/niveau van aggregatie lager is;
3. een groter deel van de markt dekt;
4. actueler is (ouder dan 12 maanden is mogelijk veilig, mits de informatie door verloop van tijd geen betekenis (meer) heeft voor actueel of toekomstig marktgedrag), frequenter wordt verstrekt;
5. niet voor iedereen kenbaar en/of beschikbaar is.

Uitwisseling van publieke informatie over algemene ontwikkelingen en nieuwe technologieën kan de mededinging niet beperken, dus uitwisselen hiervan is toegestaan. Ook informatie over dubieuze debiteuren mag worden uitgewisseld, mits daar geen advies en/of gedragscode aan wordt gekoppeld die kan leiden tot een boycot.

- **Erkenningsregeling voor leden**

Dit is toegestaan, mits de regeling een open karakter heeft, de eisen objectief, niet discriminerend en vooraf duidelijk zijn, de procedure voor erkenning transparant is (o.a. (afwijzings)criteria) en de procedure voorziet in een onafhankelijke beslissing over toelating of, na weigering, over beroep daartegen.

Een erkenningsregeling mag niet gericht zijn op of leiden tot de uitsluiting van ondernemingen van de markt.

- **Voorbeeld algemene voorwaarden**

Algemene voorwaarden kunnen het tot stand komen van transacties vergemakkelijken. Het opstellen van een voorbeeld of standaard voor algemene voorwaarden is toegestaan als dit niet kan leiden tot parallel (markt)gedrag van leden ten aanzien van concurrentiegevoelige zaken zoals tarieven, honoraria en betalingstermijnen. Concurrentiebeperkende gevolgen kunnen met name ontstaan wanneer de algemene voorwaarden betrekking hebben op dergelijke concurrentiegevoelige zaken.

- **Samenwerking op administratief gebied**

Samenwerking op zuiver administratief gebied zoals bij de boekhouding, belastingadviezen, kredietgarantie, incasso, etc. belemmert de mededinging niet, en is toegestaan. Wel zal een dergelijke samenwerking strikt beperkt moeten zijn tot administratieve zaken en moet worden gewaarborgd dat er geen concurrentiegevoelige informatie wordt uitgewisseld als gevolg van de samenwerking.

- **Gedragscodes**

Codes die betrekking hebben op bijvoorbeeld fatsoensnormen, professionele waardigheid, en kwalificaties en kwaliteiten die noodzakelijk zijn voor een goede beroepsuitoefening die op transparante, objectieve en niet-discriminerende wijze worden toegepast zijn toegestaan mits deze codes niet zien op parameters waarop wordt geconcentreerd, zoals prijzen, service, kwaliteit, arbeidsvoorwaarden, etc.



MMA gedragscode mededingingsrecht

Versie april 2022