

ITV PLC Competition Law Policy



ITV is een van de bekendste merken van het Verenigd Koninkrijk en een van de langst gevestigde televisiemaatschappijen, met al meer dan 60 jaar wortels in de regionale omroep franchises. Natuurlijk verandert de industrie waarin we actief zijn snel doordat er krachtige nieuwe spelers opkomen en commerciële relaties veranderen. Ons bedrijf omarmt verandering, vooral omdat we investeren in onze streamingdienst ITVX.

ITV is ook een van de grootste tv-producenten ter wereld, die een breed scala aan programma's creëert, produceert en distribueert - in feite hebben we meer dan 50 labels in 13 verschillende landen die meer dan 200 kanalen of platforms leveren. Bovendien verkoopt, commercialiseert en distribueert ons wereldwijde format- en distributiebedrijf onze catalogus van meer dan 46.000 uur aan formats en afgewerkte programma's wereldwijd.

Dit succes hangt af van de vraag of al onze mensen hun rol spelen en integer handelen. Dit omvat een verbintenis om te voldoen aan alle wet- en regelgeving – inclusief het mededingingsrecht

dat bedrijven en consumenten beschermt tegen schade als gevolg van concurrentieverstorend gedrag.

In dit beleid wordt uiteengezet hoe het mededingingsrecht van toepassing is op ons bedrijf en jouw rol in het bijzonder. Het is een vereiste van je dienstverband bij ITV dat je voldoet aan alle toepasselijke beleidsregels en richtlijnen, inclusief deze. Een schending van dit beleid kan leiden tot disciplinaire maatregelen, dus maak jezelf er vertrouwd mee, stel al je vragen en, belangrijker nog, als er iets is waar je je zorgen over maakt, spreek het dan uit!

Het succes van ITV hangt van ons allemaal af en het is de persoonlijke verantwoordelijkheid van iedereen om zich te houden aan de hoogste professionele normen en om de principes die in dit beleid uiteengezet zijn te handhaven. Dat is wat onze reputatie in stand houdt en ITV een geweldige plek maakt om te werken. Het gaat erom integer te handelen, op je oordeel te vertrouwen en je uit te spreken als iets niet goed voelt. Als we het niet weten, kunnen we het niet repareren.

Magnus Brooke, Directeur Beleid en Regelgeving

WAT IS MEDEDINGINGSRECHT EN WAAROM IS HET RELEVANT VOOR ITV?

Het mededingingsrecht verbiedt gedrag dat de mededinging kan verstoren en zorgt ervoor dat markten levendig en innovatief zijn en geweldige producten en diensten voor consumenten leveren. Concreet verbiedt de wet:

- Concurrentiebeperkende overeenkomsten
- de uitwisseling van commercieel gevoelige informatie tussen concurrenten
- ondernemingen met marktmacht die handelen op een manier die de mededinging kan verstoren

Het niet naleven van het mededingingsrecht kan leiden tot boetes die kunnen oplopen tot 10% van de wereldwijde omzet. Het kan ook leiden tot rechtszaken, nietige en niet-afdwingbare contracten en (in sommige gevallen) strafrechtelijke sancties (bestuursdiskwalificatie, boetes en gevangenisstraf) voor betrokken personen.

Betrokkenheid bij illegale activiteiten zou de reputatie van ITV en het vertrouwen van ons publiek schaden.



The image is a screenshot of a Sky News article. At the top left is the 'sky news' logo. Below it is a navigation bar with links for 'Home', 'UK', 'World', 'Politics', 'US', 'Climate', 'Science & Tech', and 'Business'. The article is by Sunita Patel-Carstairs, dated August 14, 2018. The headline reads: 'Royal Mail heeft een recordboete van £ 50 miljoen gekregen van de communicatieregulator "voor een ernstige inbreuk op de mededingingswetgeving"'. The text explains that OFCOM found Royal Mail abused its dominant position by discriminating against its largest competitor, Whistl, by prioritizing its own mail. A quote from Jonathan Oxley, OFCOM's competition director, is highlighted in a yellow box: 'Alle bedrijven moeten zich aan de regels houden. "Het gedrag van Royal Mail was onaanvaardbaar en het ontzegde postgebruikers de potentiële voordelen die voortvloeien uit effectieve concurrentie.'

In de volgende paragrafen leggen we uit wat wel en niet is toegestaan volgens de wet en hoe dit van invloed is op je rol bij ITV.

CONCURRENTIEBEPERKENDE OVEREENKOMSTEN



Concurrentieverstorende overeenkomsten tussen concurrenten kunnen leiden tot de ernstigste inbreuken wanneer zij betrekking hebben op "kartel"-activiteiten:

- Prijsafspraken
- Overeenkomsten om markten, gebieden of producten en diensten te delen
- Overeenkomsten tot inhouding van de levering
- Manipulatie van biedingen
- Het boycotten van een klant of leverancier

In deze context heeft 'overeenkomst' een brede definitie, waaronder informele regelingen, stilzwijgende afspraken (een 'knik en een knipooog') en zelfs de uitwisseling van gevoelige informatie (waarover we hieronder meer in detail praten).

Op kartelactiviteiten staan de zwaarste straffen – volgens de Britse wetgeving tot 10% van de wereldwijde omzet – en kan ook leiden tot persoonlijke strafrechtelijke sancties voor de betrokken personen – onbeperkte boetes, diskwalificatie van het bekleden van bestuursfuncties en gevangenisstraffen tot vijf jaar.

Overeenkomsten tussen bedrijven die geen concurrenten zijn (d.w.z. tussen klanten en leveranciers) zijn meestal minder gevoelig, maar kunnen nog steeds in strijd zijn met de wet, zoals:

- Een overeenkomst die een klant of licentienemer verplicht om producten of diensten te verkopen tegen een vaste of minimumprijs. ITV geeft bijvoorbeeld licenties voor zijn merken voor gebruik in een reeks producten en diensten. ITV kan niet dicteren tegen welke prijs die producten aan de consument worden verkocht.
- In sommige gevallen kunnen overeenkomsten die de gebieden beperken waarin producten mogen worden verkocht of diensten mogen worden verleend, de wet overtreden. Het in licentie geven van inhoud is een complex gebied en we raden aan juridisch advies in te winnen.

Casestudy: De productie 'club'

Bobbi bereidt zich voor om een show te pitchen aan de wereldwijde tv-streamingdienst *Showz* wanneer ze een telefoontje krijgen van een concurrerende producent. De producent legt uit dat een groep productiebedrijven onderling heeft afgesproken wie zal bieden op toekomstige *Showz*-commissies en niet tegen elkaar zal bieden of elkaar zal onderbieden. De producent vraagt Bobbi of ITV lid wil worden van de 'club'.

Is dit een probleem? Dit is een voorbeeld van een 'bid rigging kartel' – een van de ernstigste inbreuken op het mededingingsrecht. Aangezien ITV een van de grootste producenten ter wereld is, zou de blootstelling aanzienlijk hoger kunnen zijn dan voor andere bedrijven. Bobbi kan strafrechtelijke sancties krijgen als ze erbij betrokken raken.

Het is cruciaal dat Bobbi zich distantieert van dit gedrag en onmiddellijk juridisch advies inwint!



UITWISSELING VAN COMMERCIEEL GEVOELIGE INFORMATIE

Veel van de klanten van ITV zijn ook concurrenten van ITV:

- We verkopen programma's aan en voeren coproducties uit met streamers zoals Netflix en omroepen, waaronder de BBC.
- Sky en Google (de eigenaar van YouTube en Android TV) distribueren ITV-programma's, -kanalen en -diensten en bieden ook concurrerende inhoud en advertentiediensten aan.
- We nemen deel aan joint ventures met onze concurrenten, waaronder DUK/Freeview/Freesat met Channel 4, Channel 5 en de BBC.
- Als eigenaar van de SDN-multiplex hebben we een belangrijk distributiekanaal in handen voor concurrerende tv-zenders.

Relaties als deze zijn legitiem en cruciaal voor de activiteiten van ITV, maar ze mogen geen dekmantel zijn voor concurrentieverstorend gedrag.

Onzekerheid over de bedrijfsstrategie en het marktgedrag van concurrenten is een belangrijk kenmerk van concurrentie. Het uitwisselen of bespreken van commercieel gevoelige informatie met concurrenten, direct of indirect (bv. via een gemeenschappelijke leverancier of klant), kan deze onzekerheid verminderen, een concurrentiebeperkende overeenkomst vormen en neerkomen op een inbreuk op het mededingingsrecht.

Daarom **moet je waakzaam zijn wanneer je te maken hebt met bedrijven die onze concurrenten zijn en ervoor zorgen dat de informatie die je deelt relevant en noodzakelijk is voor jouw legitieme commerciële activiteiten** (bijv. een joint venture of het onderhandelen over een verkoop-/leveringsovereenkomst) en **geen informatie deelt die commercieel gevoelig kan zijn (bijv. de toekomstplannen van ITV, prijzen enz.) wanneer het niet strikt noodzakelijk is voor die rechtmatige handelsrelatie**. In deze context kan commercieel gevoelige informatie alles omvatten dat de prikkel voor de ontvangers om te concurreren zou kunnen verminderen of dat de aandelenkoers van ITV zou kunnen beïnvloeden als het openbaar zou worden gemaakt. Gevoelige informatie omvat:

- Details van toekomstige productlanceringen
- Commerciële voorwaarden die ITV met haar klanten is overeengekomen
- Marketing- of bedrijfsplannen
- Details van bedrijven die in het bezit zijn van ITV-merklicenties
- Kortingen individueel onderhandeld met adverteerders/bureau

Casestudy: Niet zo heldere vonk

Alex coördineert de technische bouw van ITV Hub op een nieuw distributieplatform - *Spark*. ITV's accountmanager bij *Spark* vertelt Alex dat ze in gesprek zijn met een andere omroep die op het punt staat hun app op *Spark* te lanceren met een reeks nieuwe functies.

Is dit een probleem? Informatie over toekomstige productlanceringen en nieuwe functies kan commercieel gevoelig zijn en het is waarschijnlijk dat de andere omroep het niet leuk zou vinden als *Spark* deze informatie met ITV zou delen. Handelen op basis van de informatie zou de relatie van ITV met de andere omroep kunnen schaden en zou een inbreuk op het mededingingsrecht zijn. Bovendien maakt het niet uit dat de informatie via een derde partij kwam, aangezien een 'hub and spoke'-regeling (waarbij *Spark* optreedt als tussenpersoon tussen ITV en een andere omroep) in strijd kan zijn met het mededingingsrecht. Alex moet duidelijk zijn dat elke beslissing die ze nemen niet wordt beïnvloed door deze informatie.

Het louter passief ontvangen van commercieel gevoelige informatie van een concurrent kan voldoende zijn om het mededingingsrecht te overtreden, zelfs als er geen verdere actie wordt ondernomen. Als iemand je dus informatie aanbiedt waarvan je denkt dat ze dat niet zouden moeten doen, moet je heel duidelijk maken dat:

- ITV dit soort informatie niet wenst te ontvangen vanwege zorgen over het mededingingsrecht
- De concurrent dergelijke informatie in de toekomst niet meer mag verstrekken
- ITV zal geen actie ondernemen op basis van de informatie.

Je moet het incident ook melden aan ons juridische team, zodat we kunnen vastleggen dat we op de juiste manier hebben gereageerd op de ontvangst van de informatie.

Wat moet Alex doen? Alex moet de accountmanager van *Spark* vertellen dat het niet gepast is voor hen om de commerciële strategie van een ander bedrijf te bespreken en dat het beleid van ITV is om niet te handelen op basis van commercieel gevoelige informatie die in dergelijke situaties wordt verkregen.

BRANCHEORGANISATIES EN ANDERE BRANCHEBIJEENKOMSTEN

Voorzichtigheid is geboden bij deelname aan verenigingen of andere bijeenkomsten waar deelnemers aanwezig zijn. Over het algemeen zijn de activiteiten van brancheorganisaties legitiem en belangrijk voor de activiteiten van ITV - ze helpen ons meer te weten te komen over trends en ontwikkelingen in de branche. Omdat het echter gaat om ontmoetingen tussen concurrenten, is het belangrijk dat de zaken worden gedaan in overeenstemming met het mededingingsrecht:

- Brancheorganisaties moeten een protocol of beleid inzake mededingingsrecht hebben dat direct beschikbaar is voor leden - controleer of die van jou er een heeft
- Het moet leden worden verboden om concurrentiegevoelige informatie te bespreken
- Leden moeten worden verplicht om alle concurrentieverstorende gedragingen aan de vereniging te melden
- Als het nodig is om gevoelige informatie te delen (bijvoorbeeld met het oog op het opstellen van een gezamenlijk rapport), moet dit worden gedaan via een neutrale derde partij, zoals het personeel van de vereniging of externe advocaten, en worden verwijderd uit of . geanonimiseerd in alle documenten die tussen de groep worden gedeeld.

MISBRUIK VAN EEN MACHTSPOSITIE



Het is niet tegen de wet om marktmacht te hebben, maar als een bedrijf met een "dominante positie" op een bepaalde markt handelt op een manier die de concurrentie schaadt – bijvoorbeeld door klanten uit te buiten of concurrenten uit te sluiten van belangrijke inputs – kan dit een schending van het mededingingsrecht vormen. Ondernemingen met een machtspositie hebben een bijzondere verantwoordelijkheid om toezicht te houden op de gevolgen die hun acties kunnen hebben voor de mededinging.

Dominantie

Dominantie betekent het vermogen hebben om te handelen zonder rekening te houden met concurrentie. Over het algemeen is het onwaarschijnlijk dat een bedrijf in het VK als dominant wordt beschouwd als het marktaandeel minder dan 40% is. Het is heel goed mogelijk dat ITV niet als dominant wordt beschouwd in een van de gebieden waar we actief zijn. Er is echter een klein aantal activiteiten waarbij (afhankelijk van de definitie van de markten) het marktaandeel van ITV meer dan 40 % zou kunnen bedragen, met name:

- Verkoop van zendtijd uitzenden
- Activiteiten met betrekking tot ITV's eigendom van de SDN Multiplex

Iedereen die op deze gebieden betrokken is, krijgt een training die specifiek is voor zijn of haar functie. Maar als je denkt dat je betrokken bent bij activiteiten waarbij ITV marktmacht heeft, moet je advies inwinnen bij het juridische team. Dit is met name van belang wanneer ITV actief is in nichegebieden waar markten eng kunnen worden gedefinieerd of waar ITV weinig concurrentie ondervindt.

Misbruik

Misbruik kan vele vormen aannemen, maar wordt over het algemeen gecategoriseerd als "uitbuiting": bv. het in rekening brengen van buitensporige prijzen of het opleggen van oneerlijke voorwaarden; of 'uitsluiting': bv. het ontzeggen van toegang aan klanten, bijvoorbeeld door langdurige exclusiviteit, of loyaliteitskortingen (waarbij een klant wordt aangemoedigd om al zijn behoeften bij het dominante bedrijf te kopen). Uitsluitingsmisbruik kan zich ook voordoen wanneer een onderneming met een machtspositie zeggenschap heeft over een belangrijke input of route naar de markt en de toegang op oneerlijke wijze beperkt.

Casestudy: Festi-fail

Jo is accountmanager voor advertentieverkoop en onderhandelt over een nieuwe verkoopovereenkomst voor zendtijd met een al lang bestaand reismerk dat hun nieuwe festivalcruiselijns promoot. De vertegenwoordiger van het merk suggereert dat ze, om de advertentie echt te laten spetteren, willen onderhandelen over een periode van exclusiviteit, waarbij ITV ermee instemt om de eerste maand van de festivalcampagne geen reclame van een ander reisbureau aan te nemen .

Is dit een probleem? Afhankelijk van de manier waarop markten worden gedefinieerd, werd ITV in het verleden geacht enige marktmacht te hebben bij het leveren van de verkoop van zendtijd voor uitzendingen, en een overeenkomst zoals die welke door Festival werd voorgesteld , zou andere merken uitsluiten van reclame op ITV, wat als misbruik van de machtspositie van ITV zou kunnen worden beschouwd. Gezien de historische marktpositie van ITV, moet Jo juridisch advies inwinnen, maar ook de vertegenwoordiger van het festival ervan bewust maken dat dit soort regelingen misschien niet mogelijk is.

JOUW VERANTWOORDELIJKHEID



Naleving van de mededingingswetgeving is erg belangrijk en ieder van ons moet zijn steentje bijdragen om ervoor te zorgen dat ITV aan de goede kant van de wet blijft. Dat betekent dat je de implicaties van dit beleid voor je functie moet begrijpen, ervoor moet zorgen dat je directe ondergeschikten op de hoogte zijn van dit beleid en hun verantwoordelijkheden en advies moeten inwinnen bij het juridische team waar je vragen hebt.

Als je ITV vertegenwoordigt in brancheorganisaties, controleer dan of zij mededingingsprotocollen hebben en of je weet hoe je eventuele zorgen kunt melden.

Als je je zorgen maakt over gedrag dat je binnen ITV of extern ziet (bijvoorbeeld op een vergadering van een branchevereniging, conferentie of andere bijeenkomst), neem dan contact op met je manager/supervisor of iemand in het juridische team. Als je je niet op je gemak voelt bij het gebruik van deze routes, of als je van mening bent dat je probleem niet adequaat is aangepakt, neem dan contact op met de onafhankelijke, vertrouwelijke Speaking Up-hotline, Safecall:



Telefoon: 0800 915 1571

Online: HYPERLINK "<http://www.safecallco.uk/itv>" \h
www.safecallco.uk/itv

Details van ITV's Speaking Up-Beleid, inclusief richtlijnen voor werknemers en managers, zijn [hier](#) te vinden.

