

Van: "[REDACTED]" <[REDACTED]@acm.nl>
Datum: Tue, 19 Mar 2019 10:16:32 +0200
Aan: "[REDACTED]" <[REDACTED]@acm.nl>
CC: "[REDACTED]" <[REDACTED]@acm.nl>; "[REDACTED]" <[REDACTED]@acm.nl>; "Snoep, Martijn" <[REDACTED]@acm.nl>
Onderwerp: RE: ECN verticalen

Excuses, nabrander

[REDACTED] schoot me er toch nog een naar binnen war ik laatste jaren vaker geluiden over hoorde; [REDACTED]; eenzelfde dynamiek, misschien in mindere mate, speelt bij grote merken. Die hebben hun eigen online kanaal (al dan niet op platforms) en selectieve distributie stelsels; Wat ik begreep is dat zij dat intern met stevige chinese walls zouden scheiden; het ieign kanaal heeft geen inzicht in verkoop cijfers, klantdata etc van hjet SD kanaal; begrijpelijk vanuit perspectief van de geselecteerde distributeurs, maar de merken vinden het geen level playing field met de platforms die al die data stromen wel combineren. Voor de goede orde, de merken hebben die chinese walls uit eigen overweging, naar eigen zeggen vanwege compliance met Mw (al zie ik niet direct waarom..), niet omdat het moet .

Guidance van Cie op dit punt (en een level playing field) zou helpen; er is ons ook wel eens gevraagd om een zienswijze af te geven, maar kan me voorstellen dat dat nu geen prio krijgt

■