

Entre concurrents



Les concurrents doivent fixer, de manière indépendante, leurs prix et tous leurs éléments.



Les concurrents doivent rivaliser pour obtenir des clients dans l'ensemble de l'UE.



Les concurrents doivent décider, de manière indépendante, du volume et de l'introduction sur le marché.



Les concurrents doivent décider, de manière indépendante, de leur participation aux appels d'offres et des conditions qu'ils offrent.



Les concurrents doivent recueillir un avis juridique avant d'échanger des informations commercialement sensibles.

Entre fournisseurs et distributeurs



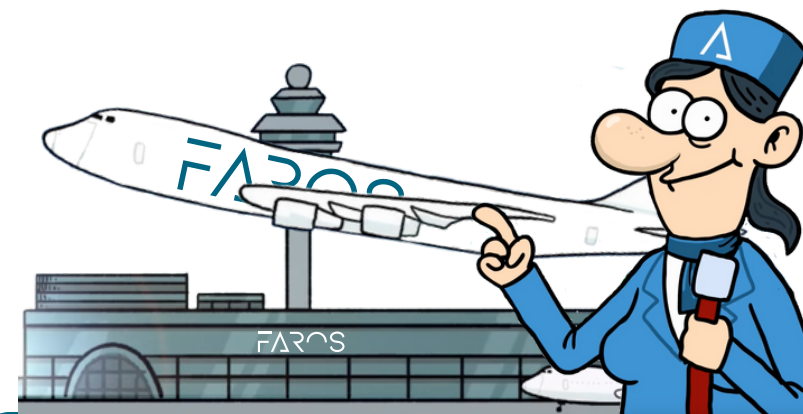
Les distributeurs doivent être libres de fixer leurs prix de revente.



En principe, les distributeurs doivent être libres de vendre là où ils le veulent.



En principe, les distributeurs doivent être libres de vendre à qui ils veulent.



SAFETY BRIEFING CARD

PAS D'ACCORDS DE PRIX

- Les concurrents ne peuvent pas conclure d'accords de prix finaux, ni sur des éléments de prix, tels que des augmentations ou réductions de prix, promotions, prix recommandés, prix minimaux, rabais/remises, etc.

PAS DE RÉPARTITION DE MARCHÉ

- Les concurrents ne peuvent pas conclure d'accords sur l'attribution de territoires (p. ex. un pacte de non-agression) ou sur l'attribution de clients (p. ex. un accord pour ne pas approcher les 10 principaux clients des concurrents) au sein de l'UE.

PAS DE LIMITES DE COMMERCIALISATION

- Les concurrents ne peuvent pas s'aligner sur (le calendrier) des lancements de produits.
- Les concurrents ne peuvent pas conclure des accords sur les volumes qu'ils commercialiseront.

PAS DE MANIPULATION D'APPELS D'OFFRE

- L'interdiction concerne la participation aux appels d'offres à la fois publics et privés.
- Les concurrents ne peuvent pas conclure des accords sur des appels d'offres, qu'ils soient publics ou privés.

ÉCHANGE D'INFORMATIONS : ATTENTION !

- Les concurrents ne peuvent pas échanger directement ou indirectement (p. ex. via des clients ou des fournisseurs) des informations commercialement sensibles.
- Commercialement sensible = toute information susceptible d'influencer la stratégie commerciale ou la décision commerciale d'une société (prix, volumes, investissements, promotions, etc.).
- Non commercialement sensible = informations historiques, informations véritablement publiques, informations agrégées et/ou anonymisées.
- N'agissez pas comme une plateforme d'échange d'informations entre des tiers et n'utilisez pas un tiers comme plateforme pour échanger des informations avec un concurrent.

PAS DE FIXATION DU PRIX DE REVENTE

- Les fournisseurs ne peuvent pas imposer un prix de revente fixe ni un prix minimum.
- Les fournisseurs peuvent imposer un prix maximum (lorsqu'il existe un accord avec le distributeur) ou recommander un prix de revente.

PAS DE RESTRICTION TERRITORIALE

- Les fournisseurs ne peuvent pas imposer à leurs distributeurs des restrictions quant au territoire sur lequel ils peuvent opérer.
- Les fournisseurs peuvent s'engager à ne pas vendre directement sur certains territoires (c.-à-d. s'imposer des restrictions territoriales).
- Des exceptions limitées s'appliquent à l'interdiction générale des restrictions territoriales.
- Consultez toujours votre service juridique pour évaluer si votre société peut en faire usage.

PAS DE RESTRICTIONS DE CLIENTÈLE

- Les fournisseurs ne peuvent pas imposer à leurs distributeurs des restrictions quant aux clients/groupes de clients auxquels ils peuvent vendre.
- Les fournisseurs peuvent s'engager à ne pas vendre directement à certains clients (c.-à-d. s'imposer des restrictions de clientèle).
- Des exceptions limitées s'appliquent à l'interdiction générale des restrictions de clientèle. Consultez toujours votre service juridique pour évaluer si votre société peut en faire usage.

EN GÉNÉRAL - SACHEZ QUE :

- Le droit de la concurrence s'applique entre sociétés indépendantes. Les règles précitées ne s'appliquent pas entre sociétés appartenant à un même groupe.
- Le terme « accord » est une notion large : il couvre non seulement les accords écrits, mais également les accords oraux et les gentlemen's agreements.
- Le terme « concurrents » est une notion large : il couvre les concurrents effectifs (sociétés actuellement actives sur le même marché) et les concurrents potentiels (sociétés actuellement non actives sur le même marché, mais qui peuvent - avec un investissement assez limité - devenir actives sur le même marché dans 1 à 3 ans).