

Charte de la Concurrence du Groupe Legrand



NOTRE CULTURE, NOS ENGAGEMENTS

 legrand®

**Une concurrence
saine et loyale
garantit un
fonctionnement
optimal des
marchés et favorise
l'innovation sur le
long terme**

Les principes généraux de comportement et d'action de Legrand et de ses salariés sont définis dans la Charte des Fondamentaux qui rappelle les valeurs clefs du groupe. Celles-ci s'inscrivent dans le respect de la légalité et en particulier dans le respect du droit de la concurrence.

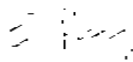
Une concurrence saine et loyale garantit en effet un fonctionnement optimal des marchés et favorise l'innovation sur le long terme.

Une telle démarche n'est toutefois légitimée que si chacun des collaborateurs y adhère et participe à sa promotion dans la conduite de nos relations commerciales au quotidien. En effet, toute infraction commise par un salarié peut exposer Legrand à des poursuites de la part des autorités compétentes et lui faire encourir des sanctions financières et pénales importantes. La direction souhaite donc sensibiliser chacun des salariés du groupe sur l'importance du respect des bonnes pratiques commerciales

et sur la compréhension de ces enjeux majeurs.

La mise en cause de Legrand pourrait avoir des effets sur la réputation du groupe, sa santé financière et même sur la poursuite de ses activités. Commettre une infraction au droit de la concurrence est un acte très grave engageant la responsabilité des salariés envers leur employeur et la collectivité.

Je vous remercie de lire attentivement les pages qui suivent et de mettre strictement en œuvre les indications qu'elles contiennent.



Gilles Schnepf
Président
Directeur Général

Charte de la Concurrence du Groupe Legrand



Sommaire

1. Introduction

L'usage de ce guide.....	5
Rappel sur la chaîne économique de Legrand.....	5

2. Les pratiques à proscrire

Ententes interdites entre concurrents.....	7
Ententes verticales interdites.....	8
Échanges d'informations avec les concurrents.....	8

3. Les pratiques dangereuses dont la licéité dépend des circonstances

Accords entre concurrents.....	11
Accords d'achat et de vente entre concurrents.....	12
Accords verticaux.....	12
Interdiction des abus de position dominante.....	13

4. Recommandations pratiques : les situations concrètes devant éveiller la vigilance

Activités des associations professionnelles / Organismes normatifs.....	17
Rencontres inévitables / informelles avec les concurrents.....	19
Visites d'usines organisées en dehors de tout projet d'acquisition.....	19
Négociations préalables à des acquisitions ou cessions de filiales ou d'activités.....	19

5. Conclusion.....	21
--------------------	----



**Ce guide doit
permettre d'identifier
les comportements
à proscrire au
sein du groupe
et de reconnaître
les situations
présentant un risque**

1. Introduction

■ L'usage de ce guide

Ce guide a pour vocation de sensibiliser les collaborateurs du groupe aux pratiques et règles relatives à la concurrence. Chaque collaborateur est concerné par ce guide.

Afin de permettre une meilleure compréhension des principes juridiques sous-jacents, ce guide utilise un vocabulaire simple et ne couvre pas l'ensemble des textes et règles encadrant le droit de la concurrence ni l'ensemble des situations à risques. De plus, en cas de questions ou d'incompréhension de certains points, le service juridique du groupe est à la disposition de chaque salarié pour lui apporter le soutien nécessaire.

Ce guide décrit les situations présentant un risque pour un groupe industriel comme Legrand. Il faut comprendre là que tous les comportements ou pratiques ayant pour conséquence d'altérer ou de réduire le jeu de la concurrence sur un marché donné, et cela de manière volontaire ou involontaire, doivent donner lieu à la plus grande vigilance.

Nous attirons l'attention sur le fait que ce guide n'est pas exhaustif et qu'il n'a pas pour but de transformer chacun en spécialiste du droit de la concurrence. Cependant, de manière très pragmatique,

il doit permettre d'identifier les comportements à proscrire au sein du groupe et de reconnaître les situations présentant un risque. En cas de doute, chacun est invité à se mettre en relation avec le service juridique du groupe afin d'obtenir un avis éclairé.

■ Rappel sur la chaîne économique de Legrand

La chaîne économique du groupe se présente comme suit :

- En amont, avec les fournisseurs de matières premières, les fournisseurs de prestations et les sous-traitants ;
- En aval, avec l'éventail de canaux de distribution primaires représentés par les grands distributeurs, les centrales d'achat et l'ensemble des clients-utilisateurs finaux ;
- Indirectement, avec les acteurs prescripteurs des solutions Legrand.

Le groupe est un acteur important dans sa chaîne économique. Il a une présence forte dans les organismes professionnels. Il possède souvent des parts de marché significatives ce qui doit l'amener à être très attentif au respect des règles de concurrence et en particulier celles relatives aux abus de position dominante.

Il ne faut donc pas négliger ce risque en sous - estimant nos obligations légales en termes de respect des règles de concurrence.



Les accords relatifs à la fixation des prix et à la répartition des marchés sont considérés comme les violations les plus graves

2. Les pratiques à proscrire

Sont exposées ci-dessous les principales pratiques interdites dans la plupart des pays et dont il faut absolument s'abstenir.

Il s'agit principalement des ententes ou échanges d'informations entre entreprises concurrentes opérant au même niveau de la chaîne économique, mais également parfois des ententes dites verticales, qui interviennent entre des entreprises qui opèrent à des niveaux différents de la chaîne de production (fournisseur, distributeur, détaillant, client par exemple).

■ Ententes interdites entre concurrents

Les accords ou pratiques concertées entre plusieurs entreprises opérant à un même niveau de marché constituent des violations caractérisées du droit de la concurrence interdites par principe lorsqu'ils portent notamment sur :

- la fixation des prix (pour une année, pour une zone géographique, pour une famille de produits ...) ;
- la répartition des zones géographiques, de la clientèle ou des marchés ;

- la limitation de la production ou des capacités ;
- un échange d'informations confidentielles ;
- la façon de répondre à des appels d'offres visant à partager les informations importantes ;
- le boycott d'autres concurrents.

Parmi cette liste non exhaustive, les accords relatifs à la fixation des prix et à la répartition des marchés sont considérés comme les violations les plus graves.



**Chaque acteur
doit demeurer
libre de fixer
de façon autonome
le prix
qu'il souhaite**

■ **Ententes verticales interdites**

Il s'agit d'ententes entre plusieurs entreprises évoluant à différents niveaux de la chaîne économique d'un marché, et ayant pour conséquence d'affecter le jeu de la concurrence.

A ce titre, il conviendra d'éviter en particulier les pratiques consistant à :

- s'entendre avec un (ou plusieurs) distributeur(s) en vue de fixer les prix de revente au client final pratiqués par le distributeur ;
- s'entendre avec un (ou plusieurs) distributeur(s) en vue de fixer leur niveau de marge.

Chaque acteur doit demeurer libre de fixer de façon autonome le prix qu'il souhaite en fonction de son propre prix de revient et ne doit être aucunement influencé.

Un fournisseur peut néanmoins conseiller un prix de revente à ses distributeurs, mais ne doit pas leur imposer ce prix, ce qui serait constitutif d'une restriction caractérisée de la concurrence, sans justification possible.

■ **Echanges d'informations avec les concurrents**

L'échange d'informations commercialement sensibles entre concurrents conduit à augmenter artificiellement le niveau de transparence existant sur un marché et entraîner une diminution de la concurrence, en supprimant l'incertitude sur les comportements et la stratégie des concurrents et en augmentant le risque de coordination. Il est pour cette raison strictement interdit aux collaborateurs d'échanger toute information commercialement sensible avec les concurrents, telle que notamment :

- Prix présents, futurs ou passés ;
- Parts de marché ;
- Marges ;
- Bénéfices ;
- Volume d'activité ;
- Identité des clients ;
- Conditions de vente ;
- Intentions relatives à un appel d'offres ;
- Estimations des coûts de la société ;
- Techniques de distribution ;
- Intentions en matière d'investissement ou d'innovation.

Il existe un nombre de cas restreints dans lesquels des concurrents peuvent échanger certaines informations sensibles. Ces cas se limitent aux activités liées aux associations professionnelles ou lorsque le caractère licite de la situation a été validé par le service juridique. En effet, dans certains cas, les échanges d'informations sont rendus possibles par la nécessité de conclure un accord légal ou de poursuivre des négociations dans le cadre d'une acquisition ou d'une cession. La teneur et la portée de ces échanges d'informations doivent avoir été soigneusement validées par le service juridique.



Les réflexes à adopter

Les pratiques indiquées ci-avant sont interdites au sein du groupe Legrand.

Si vous découvrez ou soupçonnez des pratiques interdites déjà engagées, nous vous invitons à contacter votre correspondant éthique dans les plus brefs délais.

Si vous êtes approché, que ce soit par écrit (courrier, fax, e-mail) ou oralement, par un concurrent ou un autre tiers dans le but d'évoquer une entente interdite, ou plus généralement l'une des pratiques visées ci-dessus, vous devez refuser de prendre part à l'échange et informer votre hiérarchie.



**Respecter
les règles
de concurrence**

3. Les pratiques dangereuses dont la licéité dépend des circonstances

Certaines pratiques peuvent revêtir un caractère licite ou illicite selon les situations et la structure du marché. De telles pratiques (mise en place d'accord de coopération, etc.) poursuivent un objectif licite mais il faut veiller à ce que leur réalisation respecte également les règles de concurrence.

Dans tous ces cas, il est nécessaire de faire appel au service juridique du groupe afin de valider le caractère licite de l'accord ou de l'action que vous souhaitez engager.

■ Accords entre concurrents

Les accords passés entre concurrents sont potentiellement porteurs de risques pour le groupe. Ces situations ne sont pas systématiquement interdites mais une analyse précise de la situation et des conditions et modalités de l'accord envisagé devra être menée au préalable. L'objectif sous-jacent de ces accords ne doit pas être de restreindre la concurrence qui devrait jouer entre deux ou plusieurs entreprises concurrentes.

Nous pouvons citer à titre d'exemple les accords suivants :

- Accords de mise en commun de moyens de production ;
- Accords de coopération industrielle ;
- Accords de transfert de technologie (accords de licence ou de cession de brevet par exemple) ;
- Accords de commercialisation en commun ;
- Accords de normalisation ;
- Réponses groupées à des appels d'offres.



Il convient de consulter le service juridique avant de conclure certains accords

12

■ Accords d'achat et de vente entre concurrents

Le groupe peut faire le choix de fournir un concurrent ou de se fournir auprès d'un concurrent. Cependant, de tels accords doivent pouvoir être justifiés. Ces accords ne doivent pas constituer un moyen déguisé de recueillir des informations sensibles sur les concurrents (en particulier sur les capacités de production ou les prix de la concurrence).

Par conséquent, dans le cadre de négociations et d'accords relatifs à des opérations d'achat ou de vente entre concurrents, seuls les produits concernés par les accords en question doivent faire l'objet d'échanges d'informations. Il est interdit de discuter des autres produits ou des conditions tarifaires relatives à des tiers.

Les autorités de concurrence n'encouragent pas automatiquement la conclusion de tels accords ; il convient dès lors de consulter le service juridique avant de prendre toute initiative de ce type.

■ Accords verticaux

Il est important de ne pas chercher à limiter la liberté commerciale de l'autre partie au contrat. Il convient donc de consulter le service juridique si certains accords projetés visent à :

- conseiller des prix de revente ;
- limiter la zone commerciale sur laquelle l'une des parties souhaite opérer ;
- interdire au cocontractant d'entretenir des relations commerciales avec des concurrents du groupe (par exemple en limitant sa capacité d'approvisionnement auprès de fournisseurs concurrents ou en lui imposant une exclusivité d'approvisionnement) ;
- limiter les capacités de diversification du portefeuille client du cocontractant ;
- s'engager à ne se fournir qu'auprès du seul cocontractant et à ne pas s'adresser à d'autres prestataires / fournisseurs ;
- s'engager à ne fournir que le seul cocontractant pour une zone donnée et ne pas s'adresser à d'autres distributeurs (par exemple en lui accordant une exclusivité territoriale).

Une situation de position dominante constitue un facteur de vigilance accrue

■ Interdiction des abus de position dominante

Les abus de position dominante sont les pratiques commerciales anticoncurrentielles auxquelles est susceptible de se livrer une entreprise en position dominante, c'est-à-dire disposant d'un « pouvoir de marché », pour conserver ou renforcer sa position dominante en fermant le marché à l'arrivée de nouveaux acteurs ou en excluant des concurrents déjà présents, au préjudice des clients et consommateurs finaux.

La part de marché constitue un indice prépondérant de l'existence d'une position dominante sur un marché. Le marché pertinent, au sens du droit de la concurrence, pourrait correspondre, pour une première analyse, aux segments des différents Domaines d'Activité Stratégique (DAS) du groupe.

Le groupe pourrait être considéré comme ayant une position dominante dans tous les cas où il a plus de 50% de parts de marché. Cela pourrait également être le cas lorsqu'il a des parts de marché plus faibles, de l'ordre de 30 à 40 %, mais qu'aucun concurrent ne détient de position suffisamment forte pour être capable de le

concurrer efficacement (lorsque les parts de marché des concurrents ne dépassent pas 15 à 20 % bien souvent).

Il est nécessaire d'être très attentif dans cette situation et de se faire aider par le service juridique pour définir plus précisément cette notion de position dominante et tous les risques qui en découlent dans le cadre de la pratique commerciale.



Dans les cas où la qualification de position dominante est retenue, il convient de s'abstenir de tout comportement anticoncurrentiel qui pourrait être considéré comme illicite, tel que notamment :

- Ventes liées de produits distincts ;
- Prix abusivement bas ou prédateurs (c'est-à-dire inférieurs aux coûts), ou au contraire prix excessifs ;
- Prix ou conditions de vente discriminatoires ;
- Refus de vente injustifié ;
- Imposition des prix de revente ou des marges aux distributeurs ;
- Rabais ou remises de fidélisation non justifiés par une économie d'échelle ou un gain d'efficience ;
- Obligation d'approvisionnement exclusif imposée à un distributeur ou un client ;
- Obligation imposée à un distributeur ou à un client de réserver une part de marché minimale au fournisseur dans son chiffre d'affaires ou de réaliser un volume minimal de vente.



En cas de doute sur la licéité d'une situation à laquelle vous faites face ou d'une situation dans laquelle vous souhaitez engager le groupe, vous devez vous rapprocher de votre hiérarchie et du service juridique.

Les accords projetés avec une des parties prenantes de la chaîne économique (concurrent, distributeur ou client) doivent donner lieu à une validation par le service juridique afin de vérifier le caractère licite de l'opération.

De même, les pratiques commerciales visées ci-dessus qui pourraient être qualifiées d'abus de position dominante ne doivent en aucun cas être mises en œuvre sans l'avis préalable du service juridique.

Si vous avez accès à des informations sensibles relatives à des concurrents du groupe Legrand sur l'un de ses segments d'activité, vous êtes invité à contacter le service juridique afin de l'en informer.



**Les associations
ou organisations
professionnelles
doivent avoir un
rôle utile et
légitime**

4. Recommandations pratiques : les situations concrètes devant éveiller la vigilance

**Certaines situations évoquées
ci-après sont parfois susceptibles
de conduire le groupe à se trouver
en contravention avec le droit de la
concurrence.**

**Dans la mesure du possible il est
demandé à chacun d'éviter de
s'exposer à de telles situations
ou, à défaut, de prendre toutes les
précautions nécessaires.**

Voici quelques situations possibles :

■ Activités des associations professionnelles / Organismes normatifs

Les associations ou organisations professionnelles réunissent l'ensemble des acteurs de la chaîne économique, et plus particulièrement les concurrents. Sous couvert du but légitime de promouvoir et défendre les intérêts d'un secteur économique, les différentes réunions et manifestations de ces organisations constituent une opportunité pour les concurrents de se rencontrer et d'échanger des informations et sont donc autant d'occasions de commettre des infractions au droit de la concurrence. Toutes les précautions nécessaires doivent être prises afin de ne pas exposer le groupe à de tels risques.

Il est rappelé tout d'abord que la participation à ces manifestations doit répondre à un besoin pour le groupe et que l'association doit avoir un rôle utile et légitime.



S'assurer que les pratiques ont fait l'objet d'une validation préalable du service juridique de l'association

Une attention toute particulière doit être accordée aux échanges menés dans le cadre de ces associations professionnelles. Il incombe donc à chacun de vérifier au préalable que :

- l'association ou l'organisation est dotée d'un règlement intérieur sensibilisant au droit de la concurrence ;
- les réunions sont organisées selon un ordre du jour, qui ne fait pas mention de pratiques interdites. Chaque réunion doit ensuite donner lieu à un compte rendu. Si d'éventuelles pratiques interdites sont mises en œuvre ou simplement évoquées au cours de la réunion par les représentants des concurrents, il est nécessaire de demander immédiatement l'interruption de ces discussions, formuler publiquement et expressément son opposition et vérifier que le procès-verbal de la réunion fasse mention de cette déclaration. Enfin, il faut quitter la réunion.

Les activités réalisées dans le cadre d'une association ou organisation professionnelle peuvent présenter un caractère délicat par l'échange d'informations commerciales sensibles, notamment la mutualisation de certaines recherches ou encore le fait de se rendre des services entre membres. Il est nécessaire de s'assurer que ces pratiques ou les informations échangées ont fait l'objet d'une validation préalable auprès du service juridique de l'association elle-même et/ou du service juridique du groupe.



Redoubler d'attention lors de rencontres informelles

■ Rencontres inévitables / informelles avec les concurrents

Des rencontres peuvent être organisées pour différentes raisons entre représentants des concurrents. Bien souvent, ces rencontres sont informelles et aucun document ne permet de savoir ce qui s'y est dit. Ce type de rencontre doit particulièrement éveiller la vigilance. Il incombe donc au préalable au participant de valider avec sa hiérarchie la pertinence de sa présence à un tel évènement, ainsi que les informations qui pourront y être échangées.

Ces réunions, malgré leur caractère informel et confidentiel, ne doivent en aucun cas donner lieu à des pratiques interdites, ni du participant issu du groupe Legrand, ni de la part d'un concurrent.

Si le représentant d'un concurrent aborde un thème qu'il ne devrait pas, il faut exprimer son opposition, se retirer sans prendre part à la discussion et en faire part à la hiérarchie.

■ Visites d'usines organisées en dehors de tout projet d'acquisition

En dehors de tout projet d'acquisition ou de cession, les visites d'usines

doivent obligatoirement donner lieu à une autorisation de la hiérarchie ou du service juridique. Aucune question relative à des sujets sensibles ne doit être posée lors de ces visites.

Dans le cadre d'un projet d'acquisition ou de cession, la visite de l'usine devra en tout état de cause être réalisée sous la responsabilité de la cellule Corporate Development du groupe.

■ Négociations préalables à des acquisitions ou cessions de filiales ou d'activités

Avant même de prendre contact avec un concurrent dans le cadre d'un projet d'acquisition ou de cession, il est nécessaire de se rapprocher du service juridique du groupe afin d'être sensibilisé et formé quant au comportement à adopter et aux informations qui peuvent être discutées lors des négociations.

Certaines informations ne pourront être échangées que dans les dernières étapes du processus d'acquisition ou de cession, et cela avec le personnel ayant le niveau requis de confidentialité dans la transaction (cellule Corporate Development et Direction Générale).

Les réflexes à adopter

Vous êtes tenu de vous abstenir de toute participation à une manifestation ne présentant pas un intérêt pour le groupe.

Vous êtes tenu de vous abstenir d'adhérer ou de participer aux réunions d'une association professionnelle n'offrant pas les garanties nécessaires au regard du droit de la concurrence.

Vous devez être proactif dans l'organisation et au cours de toute réunion. Vous devez avoir une idée précise des sujets qui seront abordés au cours des réunions à venir.

Si vous détectez ou si vous êtes témoin de pratiques interdites, que ce soit dans le cadre d'une association professionnelle ou d'une autre réunion, vous devez expressément demander leur interruption. Lors d'une réunion institutionnalisée, vous devez demander à ce que le procès-verbal fasse mention de votre demande. Si la discussion continue, vous devez quitter la réunion ou la manifestation en cours et en rendre compte au service juridique du groupe.

Dans le cadre de réunions pré-acquisition ou pré-cession, nous vous recommandons de contacter la cellule de Corporate Development afin de connaître les éléments sur lesquels vous êtes autorisé à communiquer et ceux sur lesquels il est interdit d'échanger des informations.

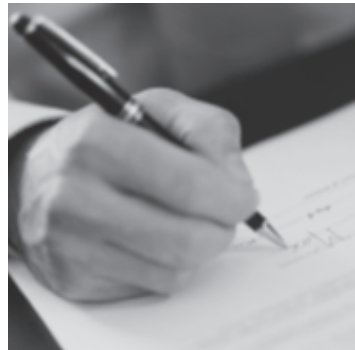
Si vous recevez une plainte de la part d'un concurrent, d'un client ou d'un tiers relative à des pratiques anticoncurrentielles du groupe, vous devez immédiatement informer le groupe de la situation. Indiquez d'abord au plaignant que vous n'estimez pas qu'un risque de pratique anticoncurrentielle existe réellement mais que vous allez prendre sérieusement en considération sa plainte en la transmettant au service indiqué.

Enfin, si vous doutez d'une pratique pourtant bien établie au sein du groupe, vous devez contacter le service juridique. Le caractère établi de la pratique ne doit effectivement pas vous empêcher de la remettre en question.

5. Conclusion

**Consulter le
service juridique
Groupe doit être
un réflexe en cas
de doute**

Ce guide a pour vocation de sensibiliser chacun des collaborateurs du groupe aux grands principes du droit de la concurrence. De nombreuses règles relèvent du bon sens, selon lequel le comportement du groupe ne doit pas entraver le libre accès au marché de ses concurrents directs d'une part, ni entraver la liberté commerciale de ses distributeurs et clients d'autre part. Certaines pratiques nécessitent toutefois une connaissance plus fine de la législation : s'il y a le moindre doute, il est indispensable de se rapprocher du service juridique du groupe afin de valider ou non l'approche.





**Communication Interne Groupe et
Relations Extérieures**

128, av. de Lattre de Tassigny
87045 Limoges Cedex - France
tél. : 33 (0)5 55 06 87 87
téléx : 580048 F
fax : 33 (0)5 55 06 88 88