

# Directives sur les lois Antitrust

[www.fuchs-oil.fr](http://www.fuchs-oil.fr)  
Décembre 2016

## SOMMAIRE

<b>1. REGLEMENTATION APPLICABLE (DOMAINE DU DROIT ET DE LA POLITIQUE DE CONCURRENCE)</b>	<b>4</b>
1.1. Prohibition d'ententes commerciales	4
1.2. Prohibition d'abus de position dominante sur le marché	4
1.3. Contrôle des concentrations	5
<b>2. PROHIBITION D'ENTENTES (OU CARTELS)</b>	<b>6</b>
2.1. Principes	6
2.2. Restrictions horizontales	7
2.3. Coopérations autorisées entre entreprises concurrentes	8
2.4. Restrictions verticales	<a href="#">10</a>
<b>3. SANCTIONS DES INFRACTIONS DES LOIS ANTITRUST</b>	<b>11</b>
<b>4. POUVOIRS D'INVESTIGATION DES AUTORITES ANTITRUST ET REGIMES DE CLEMENCE</b>	<b>12</b>
4.1. Pouvoirs d'investigation	12
4.2. Régimes de clémence	12
<b>5. LES REGLES DE CONDUITE</b>	<b>13</b>
5.1. Principes de base	13
5.2. Echanges commerciaux avec des concurrents	13
5.3. Opérations avec les distributeurs / revendeurs	13
5.4. Associations professionnelles, salons professionnels et autres événements	14
5.5. Correspondance commerciale et communication interne (incluant courriers électroniques)	14
<b>6. CONDUITE PENDANT LES ENQUETES D'ENTREPRISE EFFECTUEES PAR LES AUTORITES ANTITRUST</b>	<b>15</b>
<b>7. DIRECTEUR ETHIQUE ET HOTLINE</b>	<b>15</b>

PREAMBULE

Chers Collaborateurs, Chers Collaboratrices,

Se conformer aux lois et réglementations est l'un des fondamentaux du groupe FUCHS et à ce titre, il est énoncé dans le *Code de Bonne Conduite*.

Le respect de la législation antitrust est d'une importance capitale puisque toute violation des lois en vigueur est passible d'amendes, de dommages et intérêts voire de peines correctionnelles. De plus, cela peut altérer l'image de marque de FUCHS de façon irréversible.

Le but de ces directives est de passer en revue les règles antitrust fondamentales qui doivent être observées sur le marché afin que les salariés FUCHS soient conscients des sanctions associées aux pratiques antitrust et puissent se comporter conformément aux lois. Nous avons essayé, dans la mesure du possible, de rester synthétiques et d'éviter de trop rentrer dans les détails juridiques. D'une façon générale, le service juridique devra être avisé dès que possible de toute affaire relevant de la législation antitrust.

Bien évidemment, ces directives n'ont pas un caractère exhaustif. Notre Direction Ethique se tient à votre disposition pour répondre à vos questions et vous apporter tout complément d'information.

Par ailleurs, nous avons mis en place une hotline que vous pouvez utiliser 24 H sur 24 pour discuter en toute confidentialité avec les spécialistes en droit de la Concurrence de notre cabinet juridique.

Nous vous prions de lire attentivement ces directives et de veiller au respect des règles antitrust.

Mannheim, Décembre 2016



Dagmar Steinert  
Member of the Executive Board, CFO



Claudio F. Becker  
Chief Compliance Officer

## **1. REGLEMENTATION APPLICABLE (DOMAINE DU DROIT ET DE LA POLITIQUE DE CONCURRENCE)**

Dans le contexte de l'UE, le domaine du droit et de la politique de concurrence désigne généralement les règles régissant les accords et pratiques anticoncurrentiels (ententes et autres formes de collusion) qui sont fondées sur l'article 81 du traité CE ainsi que les règles interdisant les abus de position dominante (existante) fondées sur l'article B2 du traité CE.

En France, les dispositions applicables figurent au Code de Commerce.

Le but des lois antitrust est de garantir la libre concurrence et d'empêcher toute pratique anticoncurrentielle. Quelle que soit sa nationalité, tout organisme doit se conformer aux lois antitrust en vigueur règlementant les pratiques anticoncurrentielles qu'elles soient nationales ou européennes.

Les lois antitrust couvrent essentiellement trois domaines :

### **1.1. Prohibition d'ententes commerciales**

Il s'agit avant tout de la prohibition des cartels dans les relations d'affaires avec les clients, fournisseurs et concurrents et de ses exemptions. Ce point est détaillé plus loin (cf. chapitre II.).

### **1.2. Prohibition d'abus de position dominante sur le marché**

**Abus de position dominante<sup>1</sup> sur un marché**, il ne devrait pas en abuser. **L'abus<sup>2</sup>** peut consister à pratiquer des prix prohibitifs ou des conditions de vente discriminatoires en raison d'une position dominante sur le marché et en raison d'absence de concurrence. Nous parlons aussi d'abus s'il y a une différenciation de traitement de clients ou de fournisseurs sans une justification factuelle ou en cas d'obstruction injuste de concurrents. Le refus de vendre, les ventes liées ainsi que les remises discriminatoires ou fidélisantes sont des exemples typiques.

Une entreprise **non exposée à une concurrence substantielle** ou bénéficiant d'**une position de monopole sur le marché** est une entreprise en position dominante. Le contrôle du marché dépend, entre autres, de la part de marché de l'entreprise, de sa puissance financière ou de son accès aux marchés des achats ou de la vente. On considère qu'une entreprise est dominante sur un marché lorsqu'elle possède au moins un tiers des parts dudit marché. Même si ce n'est pas le cas, il peut y avoir une position dominante conjointe si un groupe de trois entreprises ou plus détiennent conjointement 50 % du marché ou si un groupe de cinq entreprises ou plus détiennent les deux tiers du marché (suspicion d'oligopoles).

De plus, dans ses règlements relatifs à la prohibition de l'abus de position dominante, la loi allemande intègre **aussi les entreprises à position forte sur le marché**. Les entreprises qui ne contrôlent pas le marché, mais desquelles dépendent d'autres entreprises, sont des sociétés ayant une position forte sur le marché.

Selon les cas, il est difficile de déterminer quels sont les textes et règlements légaux applicables faute de pouvoir définir avec précision le marché concerné et les parts de marché. Si vous êtes confronté à un cas de position dominante ou de forte position sur le marché, vous devez contacter votre département juridique.

---

*1- Une entreprise occupe une position dominante lorsqu'elle est en mesure d'agir indépendamment de ses concurrents, clients, fournisseurs et, en définitive, du consommateur final. Une entreprise en position dominante, détenant un tel pouvoir de marché, pourrait fixer ses prix à un niveau supra concurrentiel, vendre des produits de qualité inférieure ou ramener son niveau d'innovation à un seuil inférieur à celui qui serait le sien sur un marché concurrentiel. En droit communautaire de la concurrence, il n'est pas illégal de détenir une position dominante, car celle-ci peut être obtenue par des moyens concurrentiels légitimes, par exemple en concevant et en vendant un meilleur produit. En revanche, les règles de concurrence n'autorisent pas les entreprises à abuser de leur position dominante. Le système européen de contrôle des opérations de concentration diffère de ce principe en ce sens qu'il interdit aux entités fusionnées d'acquiescer ou de renforcer une position dominante au moyen d'une opération de concentration. Une position dominante peut également être détenue en commun par deux ou plusieurs entités économiques indépendantes liées par des liens économiques sur un marché donné. Il s'agit dans ce cas d'une position dominante collective (ou encore conjointe ou oligopolistique). Comme le Tribunal l'a indiqué dans l'arrêt Gencor, sur le plan juridique ou économique, il n'existe aucune raison d'exclure de la notion de lien économique la relation d'interdépendance existant entre membres d'un oligopole restreint étant chacun en mesure de prévoir leurs comportements réciproques et étant donc fortement incités à aligner leur comportement sur le marché.*

*2- **Abus de position dominante** : Pratiques commerciales anticoncurrentielles (y compris l'exploitation incorrecte de clients ou l'éviction de concurrents) auxquelles est susceptible de se livrer une entreprise en position dominante pour conserver ou renforcer sa position sur le marché. Le droit de la concurrence interdit ce type de comportement, car il fausse la concurrence qui s'exerce entre les entreprises, porte préjudice aux consommateurs et dispense l'entreprise en position dominante de véritablement entrer en concurrence avec les autres entreprises. L'article 82 du traité CE donne des exemples d'abus, à savoir l'imposition de prix non équitables, la limitation des débouchés et l'application à l'égard de partenaires commerciaux de conditions inégales ou inutiles.*

#### *Exemples:*

*(1) Bien que la décision d'une entreprise de ne pas fournir un client ne constitue pas un abus en soi, il est considéré comme tel, en raison de la position dominante du fournisseur sur le marché qui nuit ainsi à la concurrence.*

*(2) Une compagnie d'aviation dominant le marché pour des vols reliant Berlin à Francfort, pratique des prix significativement plus élevés pour ces vols, dont la demande est forte, que pour ceux reliant Berlin à Munich alors que la distance entre ces destinations est légèrement plus longue. À moins qu'il n'y ait des raisons justifiables, les lois antitrust allemandes interdisent de tels comportements.*

*(3) En raison d'un événement imprévu, la demande de produits spécifiques exclusivement produits et vendus par le fournisseur P augmente de façon significative. Donc, pendant cette période, le fournisseur P vend ces produits uniquement avec un contrat de service, qui a tendance à être moins demandé. En raison de cette vente par lots, P a abusé de sa position dominante sur le marché conformément aux lois antitrust parce qu'il n'y a aucune raison factuelle apparente de pousser des clients à accepter le contrat de service qui n'est généralement pas voulu. Il conduit simplement à une augmentation excessive du prix des produits.*

### **1.3. Contrôle des concentrations**

Le **contrôle des concentrations** a pour but de neutraliser les fusions d'entreprises susceptibles de nuire à la concurrence et présuppose la combinaison juridique de deux ou plusieurs entreprises, par fusion ou par acquisition. Donc, à partir d'une certaine taille, toute opération de concentration est soumise à l'accord préalable **des autorités compétentes en matière de concurrence**. Il faut savoir que, selon la loi allemande, même une prise de participation de 25 % dans le capital dans une entreprise est soumise aux procédures de contrôle des concentrations. De même l'acquisition d'une part substantielle des actifs d'une entreprise peut s'apparenter à une concentration et donc justifier de la consultation obligatoire des autorités de cartel. Cependant, la législation ne s'applique pas aux fusions entre entreprises qui formaient déjà une entité économique avant la réalisation même de la fusion, ce qui est le cas pour les groupements professionnels.

## 2. PROHIBITION D'ENTENTES (OU CARTELS)

### 2.1. Principes

Conformément à la section 81 du Traité de la Commission Européenne, les accords suivants sont **interdits** :

- Accords entre sociétés, décisions d'associations d'entreprises, pratiques concertées, etc (ententes illicites)
- qui ont pour intention ou effet
- d'empêcher, de restreindre ou d'altérer la concurrence.

Cela s'applique non seulement aux entreprises concurrentes (accords horizontaux<sup>3</sup>), mais aussi aux entreprises qui opèrent sur des niveaux économiques différents comme des producteurs et des associés de distribution (accords verticaux<sup>4</sup>).

**Une entente**<sup>5</sup> signifie toute expression d'accord écrite ou verbale. Le fait que les parties aient exprimé conjointement la façon de vouloir se comporter sur le marché est suffisant. Peu importe la forme légale que revêt cet accord. Ainsi, même un accord transactionnel est un accord tel que défini par cette loi. Ce qui est interdit c'est la conclusion même d'un accord et non sa mise en œuvre.

---

3- Accord entre concurrents réellement actifs ou potentiels — c'est-à-dire entre entreprises se trouvant au même niveau de la chaîne de production ou de distribution — portant par exemple sur la recherche et le développement, la production, les achats ou la commercialisation. Les accords horizontaux peuvent restreindre la concurrence, notamment lorsqu'ils prévoient la fixation de prix ou le partage de marchés, ou encore lorsque le pouvoir de marché découlant de cette coopération horizontale produit des effets négatifs sur les prix, la production, l'innovation ou la diversité et la qualité des produits. Par ailleurs, une coopération horizontale peut être un moyen de partager les risques, de réaliser des économies de coûts, de mettre en commun un savoir-faire et de lancer des innovations sur le marché plus rapidement. Pour les petites et moyennes entreprises, en particulier, la coopération est un important moyen d'adaptation à l'évolution des marchés.

4- Accord ou pratique concertés conclus entre deux ou plus de deux entreprises dont chacune opère, aux fins de l'accord, à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution, et qui concernent les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services.

5- Arrangements entre entreprises concurrentes destinés à limiter ou à éliminer la concurrence s'exerçant entre elles, dans le but d'augmenter les prix et les bénéfices des entreprises participantes, sans produire d'avantages compensatoires objectifs. Dans la pratique, ces arrangements consistent généralement à fixer les prix, à limiter la production, à partager les marchés, à attribuer des clients ou des territoires, à manipuler des procédures d'appel d'offres ou plusieurs de ces éléments en même temps. Les ententes sont préjudiciables aux consommateurs et à la société dans son ensemble du fait que les entreprises impliquées appliquent des prix plus élevés (et réalisent des bénéfices plus importants) que sur un marché concurrentiel

**Les décisions** d'associations d'entreprises diffèrent des accords en ce sens qu'ils ne sont pas la résultante du consentement unanime de toutes les parties impliquées, mais peuvent en fait résulter d'une décision de la majorité. Ici aussi, la nature légale de l'engagement est sans importance. Toute décision prise par une association d'entreprises engage la responsabilité de chacun de ses membres y compris celle de ceux ayant voté contre.

*Exemples : la prohibition d'adhésion à d'autres associations, l'accord de prix de ventes minimaux par les membres.*

**Une pratique concertée** est une coordination entre entreprises qui, sans être allées jusqu'à conclure un accord formel, ont sciemment adopté une coopération opérationnelle plutôt que de s'exposer aux risques d'un marché concurrentiel. Tandis que le comportement de simple copieur (conduite parallèle) est difficilement assimilable à une pratique concertée (par exemple hausses quasi-simultanées du prix de l'essence par plusieurs producteurs), dans certains cas, il peut tout à fait en constituer la preuve. Une pratique individuelle légale d'une entreprise ne pourra pas être dissociée d'une pratique concertée dès lors que la similitude d'action fait suite à une concertation par exemple sur l'échange d'information avec une entreprise concurrente.

*Un exemple typique de pratiques concertées est l'échange de données entre concurrents au cours d'une réunion d'association.*

Les accords, décisions ou pratiques concertées doivent mener à **une restriction manifeste de concurrence**. Pour savoir si tel est le cas, cela dépend du contenu réel et de la portée de la mesure concernée.

L'expression « **qui ont pour intention ou effet** » signifie simplement qu'il n'est pas nécessaire de faire obstacle à la concurrence. La simple intention de limiter la concurrence est suffisante. D'autre part, même les mesures qui ne sont pas réputées comme restrictives de la concurrence, mais qui néanmoins y conduisent, sont couvertes par la Prohibition.

## 2.2. Restrictions horizontales

**Les restrictions horizontales (ou accords horizontaux)** s'appliquent aux rapports entre entités opérant au même niveau du processus économique. Les principales restrictions évidentes de concurrence entre compétiteurs sont les suivantes :

- Accords d'entente sur les prix, d'augmentation des prix ou de leurs composants (par exemple remises, escomptes, intérêt) ou d'autres conditions générales de vente
- Partage de marché par produits, secteurs ou clients
- Accords de quota de production ou d'arrêt de production
- Echange de toute autre information confidentielle ayant trait à la concurrence (sauf, cas particulier, si cela intervient en respectant certaines conditions spéciales)
- Accords sur propositions dans le cadre de procédures d'appel d'offres, qui excède les limites d'accords de coopération permis (exemple : groupes de travail ou consortium).

### 2.3. Coopérations autorisées entre entreprises concurrentes

La législation antitrust ne s'applique pas de façon absolue. Dans des circonstances spécifiques, certaines pratiques anticoncurrentielles peuvent être autorisées. Dans de nombreux cas, la limitation de la concurrence dépend de la part de marché détenue par les entreprises impliquées. Si les conditions légalement définies s'appliquent, l'accord en question ou le comportement concerté bénéficie d'une exemption. L'accord des autorités antitrust n'est pas obligatoire. Le groupe FUCHS doit lui-même évaluer chaque cas individuel et décider si les conditions d'exemption sont applicables.

D'une façon générale, selon le principe de base, les accords limitant la concurrence peuvent bénéficier d'exemption s'ils contribuent à la satisfaction de la clientèle FUCHS, en termes de prix ou de qualité. Ci-après, nous mentionnons quelques cas d'accords de coopération entre concurrents pouvant bénéficier d'un régime d'exemption de prohibition de cartels sous certaines conditions. Cependant, pour chacun des exemples cités, il est nécessaire d'évaluer leur admissibilité et de vérifier leur conformité aux lois antitrust.

#### - Accords de distribution

Cette section couvre **les ventes liées** de biens ou services. De tels accords sont prohibés, en particulier dans des cas où ils mènent à la fixation de prix pour les biens vendus par lots. L'exemption d'accords de coopération n'intervient qu'exceptionnellement. Dans de tels cas il faudra vérifier si cette pratique profite bien au client. Généralement, les cas de coopération entre **petites et moyennes entreprises** sont observés avec plus de souplesse, en particulier si c'est le seul moyen pour elles d'accéder au marché tout en échappant à la concurrence de grands groupes. Les lois antitrust allemandes qualifient les petites et moyennes entreprises par leur taille relative en ce qui concerne leurs concurrents c'est-à-dire sur la base de la structure du marché. Ainsi, FUCHS ne peut pas appartenir à cette catégorie.

#### - Accords d'achat lié

Il s'agit des accords d'**achat lié** de marchandises ou l'obtention commune de services commerciaux. De tels accords peuvent être exempts de la prohibition de cartels s'ils permettent aux entreprises impliquées dans l'opération d'achat lié de faire des bénéfices tout en contribuant au bien-être du consommateur. De plus, les conditions d'exemption sont souvent remplies lorsque des petites et moyennes entreprises regroupent leurs achats de certains produits pour obtenir des remises par quantités dont bénéficient les entreprises concurrentes plus importantes. En revanche, la coopération d'achat pose problème lorsqu'au lieu d'être motivée par l'achat groupé de marchandises ou de services, elle est un moyen de dissimuler l'existence d'un cartel pour imposer les formes interdites de coopération (la fixation de prix, des restrictions de production ou des partages de marché).

#### - Accords de recherche et développement (R&D)

Les accords de R&D<sup>7</sup> existent sous des formes diverses. Ils peuvent, par exemple, être fondés pour l'externalisation d'activités spécifiques de R&D, l'amélioration commune de techniques existantes ou la coopération concernant la recherche, le développement et le marketing de nouveaux produits. Cette forme de coopération permet une réduction des coûts puisque les entreprises mettent en commun leurs ressources et encourage l'innovation. Cependant, une coopération de R&D entre concurrents peut aussi détériorer la concurrence. Ces accords



bénéficieront plus facilement d'un régime d'exemption si la liberté des entreprises impliquées pour effectuer leur propre R&D n'est pas limitée et si aucun lien quant à l'utilisation des résultats de R&D ne leur est imposé.

- Accords de production

Les accords de production diffèrent de part leur forme et leur portée. De tels accords peuvent se référer à **la production commune** d'articles où les associés contractuels fabriquent certains biens conjointement. Ils peuvent aussi s'apparenter à **une spécialisation** unilatérale ou mutuelle lorsque des associés ensemble ou individuellement décident d'arrêter la fabrication d'un bien spécifique pour l'acheter à un autre associé, ou **aux accords d'approvisionnement** par lesquels un associé confie la production d'un article à un autre associé. Au regard des lois antitrust, de tels accords posent immédiatement problème car la coopération des associés consiste à coordonner leur conduite compétitive en tant que fournisseurs sur le marché. D'un point de vue légal antitrust, il est donc indispensable d'examiner chaque cas du fait de la complexité respective des différents types d'accord.

- Etudes de marché

Dans le cadre d'enquêtes ou d'études de marché, les entreprises sont souvent amenées à communiquer leurs chiffres en termes de résultats ou de ventes. Les organismes réalisant des études de marché doivent garantir l'**anonymat** des informations communiquées. Les statistiques sont généralement admises lorsqu'elles se réfèrent au volume total du marché et concernent des marchés sur lesquels au moins cinq concurrents sont actifs. Les études de marché faisant appel à des paramètres susceptibles d'augmenter la transparence du marché ne sont pas admises par exemple études portant sur des produits de masse homogènes ou des structures oligopolistiques, la répartition détaillée par segments de marché et régions (groupes de produits/régions) ou même la mise à disposition de données actualisées dans des délais très courts.

---

6- Pratique commerciale consistant à lier la vente d'un produit à l'achat d'un autre produit. Cette pratique peut restreindre la concurrence si elle n'est pas objectivement justifiée par la nature des produits ou leur usage commercial. La théorie économique tend à montrer qu'une entreprise qui dispose d'un pouvoir de marché sur un marché donné (marché du produit liant) peut, dans certaines conditions, être en mesure d'utiliser cette position sur le marché ou cette position dominante sur un autre marché (marché lié), de forcer les concurrents à sortir de ce second marché et de relever les prix au-dessus du niveau concurrentiel. Du point de vue de la concurrence, les ventes liées ont pour principal effet négatif un éventuel verrouillage du marché du produit lié. En outre, les ventes liées peuvent entraîner des prix plus élevés tant pour le produit liant que pour le produit lié.

7- Accord entre entreprises en vue de mener conjointement des activités de recherche et de développement (R & D) pour mettre en commun des savoir-faire et partager les coûts et les risques liés à l'invention de nouveaux produits. Un accord de recherche et de développement comprend généralement l'acquisition de connaissances techniques liées aux produits ou procédés et à la réalisation d'analyses théoriques, d'études ou d'expérimentations, y compris la production expérimentale et les tests techniques de produits ou de procédés ainsi que la construction d'installations nécessaires et l'acquisition de droits de propriété intellectuelle y référant. Ces accords permettent éventuellement d'accélérer la mise sur le marché de produits ou de services, d'améliorer leur qualité et/ou d'abaisser les coûts de production, encourageant ainsi le progrès technique au bénéfice des consommateurs. La Commission doit prendre en compte ces effets positifs lorsqu'elle analyse d'éventuelles restrictions de concurrence découlant de ces accords, notamment lorsqu'ils sont conclus entre concurrents.

## 2.4. Restrictions verticales

**Les restrictions verticales (ou accords verticaux)** sont des pratiques concertées entre entreprises opérant à différents niveaux de la chaîne de production ou de distribution, et réglant les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services. Même dans le cadre de relations basées sur le libre échange, certaines pratiques restrictives de concurrence sont problématiques ou interdites exigent d’être examinées sur leurs effets bénéfiques conformément aux lois antitrust. Il s’agit par exemple des pratiques suivantes :

- Fixation des prix de revente obligatoires
- Fixation de prix maxima
- Recommandations de prix
- Achat Fixé
- Pratiques restrictives de concurrence
- Protection de territoire/exclusivité.

En aucun cas le circuit de distribution ne doit être utilisé pour entraver ou avec l’intention d’entraver l’exportation ou la réimportation de marchandises. Ainsi, toutes les mesures de **prohibition d’exportation** imposées à un distributeur et toutes restrictions comparables (par exemple systèmes de remise discriminatoire ou de bonus) servant ou tendant à **verrouiller les marchés**, sont interdites.

Si de telles pratiques restrictives de concurrence sont prévues par des accords verticaux, elles doivent, sans exception, être examinées par le service juridique qui devra décider de leur conformité au regard des lois antitrust.

### **3. SANCTIONS DES INFRACTIONS DES LOIS ANTITRUST**

Toute infraction aux lois antitrust est lourdement sanctionnée. Les principales peines encourues sont :

- Amendes substantielles pour la (les) personne(s) et l'entreprise impliquées
- Recours en dommages et intérêts par les victimes (clients et concurrents)
- Nullité des conventions ou contrats en infraction à la prohibition de cartels
- Sanctions pénales

Les amendes peuvent facilement atteindre des millions d'euros bien que la loi fixe leur maximum à 10% du chiffre d'affaires mondial hors taxes de l'entreprise. A titre d'exemple, le Bureau Fédéral Allemand Antitrust 'Bundeskartellamt' a récemment prononcé une amende totale de plus de 150 millions d'Euros à l'encontre du cartel d'assurance industrielle. Dans le cas du cartel des industriels du ciment, la plus haute amende jamais prononcée à l'encontre d'une seule entreprise s'est élevée à plus de 250 millions d'Euros. Les amendes prononcées par la Commission européenne sont encore plus lourdes et, dans des affaires d'importance majeure, elles peuvent atteindre les 500 millions d'Euros.

## 4. POUVOIRS D'INVESTIGATION DES AUTORITES ANTITRUST ET REGIMES DE CLEMENCE

### 4.1. Pouvoirs d'investigation

Les autorités antitrust Françaises et européennes peuvent à tout moment commencer des enquêtes pour détecter les infractions aux lois antitrust. L'**éventail des moyens d'action** mis à leur disposition est très large :

- Demandes d'informations,
- Contrôle et/ou confiscation de fichiers et de données électroniques,
- Interrogatoire des témoins, des responsables et employés des entreprises concernées,
- Raids dans les locaux d'entreprises ou domiciles privés,
- Expertises.

### 4.2. Régimes de clémence

Les personnes impliquées dans des cartels interdits peuvent être complètement ou partiellement exemptées du paiement d'amendes en contribuant à la découverte de cartels par leurs aveux. Cela crée une motivation particulière **à coopérer à la détection et au démantèlement de cartels** et, durant ces dernières années, cela a conduit à une augmentation considérable des mesures d'exemptions financières devant les autorités antitrust européennes et nationales. Si l'entreprise repentante craint que d'autres entreprises impliquées dans le cartel ait l'intention de se servir de la règle de coopération par témoignage, il doit, tout d'abord, rapidement entrer en contact avec l'autorité antitrust responsable pour essayer d'être la première société à fournir l'information appropriée et la preuve (principe du « premier arrivé, premier servi »). Si vous recevez des informations concernant des sujets relevant du domaine des lois antitrust, le service juridique doit en être immédiatement informé pour permettre au groupe FUCHS de prendre, en cas de besoin, les dispositions qui s'imposent.

## 5. LES REGLES DE CONDUITE

### 5.1. Principes de base

Aucun accord de coopération économiquement raisonnable et légal ne peut être refusé sous prétexte de violation des lois antitrust s'il n'est pas fondé et aucun accord de coopération ne peut être signé sans avoir scrupuleusement vérifié son éventuel impact anticoncurrentiel. Il est donc important de détecter et d'être critique vis-à-vis de tout accord illicite ou comportement concerté. À cet effet, il est important que les salariés FUCHS chargés de traiter ces questions soient conscients des principes des lois antitrust en vigueur et que le service juridique soit impliqué le plus tôt possible. Cela s'applique en particulier à tous les accords avec des concurrents aussi bien qu'à tous les contrats clients ou fournisseurs, mais aussi aux accords de coopération, tels que par exemple, les accords de coopération R&D.

### 5.2. Echanges commerciaux avec des concurrents

En dehors de toute publication officielle, il est formellement interdit de communiquer à la concurrence des informations confidentielles relatives à la politique commerciale; vous devez, par exemple, vous abstenir d'échanger sur les sujets suivants :

- Prix et augmentations prévues,
- Conditions Générales de Ventes (modes et délais de paiement),
- Secteurs géographiques, groupes clients ou fournisseurs,
- Coûts et capacités de production, portefeuille de commandes clients,
- Développements techniques et investissements,
- Dossiers d'appel d'offres et détails des soumissions,
- Stratégie et politique commerciale de FUCHS vis-à-vis de ses clients et fournisseurs.

**Soyez explicites et clairs dans votre refus de tout accord et de toute pratique illicites. En cas de doute, il est impératif de consulter notre service juridique. Ne partez pas du principe que « de toute façon, jamais personne ne saura ». Sachez que dans le cadre de témoignages, les autorités n'ont plus de problèmes pour obtenir des preuves suffisantes.**

### 5.3. Opérations avec les distributeurs / revendeurs

Dans les relations entre distributeur/revendeurs et le Groupe FUCHS, il est important de suivre les règles suivantes :

- Ne pas convenir d'un prix minimum ou fixe pour la vente des produits,
- Ne pas convenir d'un bonus/incentive pour se conformer sur un prix minimum ou fixe,
- Observer les principes exposés dans la section 2 si, dans le même temps vous vendez à des distributeurs / revendeurs et directement.

#### 5.4. Associations professionnelles, salons professionnels et autres événements

Les réunions d'associations professionnelles sont nécessaires et légitimes. Cependant, les autorités antitrust s'y intéressent de près car elles font souvent l'objet de violation des lois antitrust. Vous devez donc être **particulièrement prudents** lorsque vous participez à des réunions d'associations professionnelles. Vous ne devez en aucun cas adopter un comportement anticoncurrentiel à l'occasion de ces rencontres (comités ou groupes de travail). Il est interdit à tout salarié membre d'une association professionnelle en rapport avec nos métiers de participer à des conférences, réunions ou discussions qui pourraient mettre en cause les lois anti-trust. Ceci s'applique même si vous avez un rôle passif. Vous devez **réagir** face à tout propos ou toute pratique anticoncurrentielle. Si, en dépit de vos objections, les sujets strictement confidentiels repris au §2 sont abordés en ce qui concerne des concurrents spécifiques, vous devez quitter la réunion sur le champ. Dans ce cas, assurez-vous que vos objections ainsi que votre départ sont bien enregistrés au procès-verbal de réunion. Il est évident qu'en procédant d'une telle façon, vous perturberez la réunion mais cela ne doit pas vous empêcher de réagir. Simplement, sachez qu'en gardant le silence vous n'échapperez pas à la sanction. Si vous avez participé à des pourparlers susceptibles d'impliquer la responsabilité de l'entreprise, vous devez en informer immédiatement votre direction ou votre service juridique et communiquer les informations de date, lieu et participants.

Les mêmes principes s'appliquent à toutes les réunions avec des concurrents, des groupes de travail, des réunions régulières dans des bars ou d'autres réunions informelles.

#### 5.5. Correspondance commerciale et communication interne (incluant courriers électroniques)

Du fait de l'obligation de communiquer intégralement toute information et en raison des pouvoirs étendus de confiscation des autorités antitrust, il est particulièrement important d'être **prudent** dans la rédaction de documents utilisés dans les négociations commerciales tant en externe qu'en interne, **au regard des lois antitrust**. Le fond aussi bien que la forme devra toujours être traités en partant du principe que le document concerné, pourra, dans certaines circonstances, être utilisé comme pièce à charge contre l'entreprise dans le cadre d'enquêtes des autorités de la concurrence. Lors de la rédaction de comptes rendus, en particulier ceux concernant vos contacts avec des concurrents, n'oubliez pas qu'ils peuvent conduire à une mauvaise interprétation laissant à penser que vous avez eu un comportement illégal. Il va de soi que le même soin doit être apporté aux relations publiques en particulier dans les contacts avec les médias et la Presse. Les annonces d'actions à venir sont particulièrement cruciales (par exemple augmentations de prix dans l'industrie), notamment si elles se réfèrent aux concurrents agissant de façon uniforme.

## 6. CONDUITE PENDANT LES ENQUETES D'ENTREPRISE EFFECTUEES PAR LES AUTORITES ANTITRUST

La Commission européenne et les autorités de la concurrence nationales c'est-à-dire le Bureau Fédéral Antitrust aussi bien que les autorités antitrust régionales ont **différents pouvoirs d'intervention**, dont le contenu et la portée dépendent de conditions spécifiques. En règle générale, les affaires les plus importantes à l'échelon national donnent lieu à des recherches et à des confiscations en cas de suspicion d'accords de cartel illicites.

Dans de telles affaires, les agents des autorités de la concurrence qui, de temps en temps, sont accompagnés par des agents de police, arrivent à l'improviste (ou sur rendez-vous dans certains cas) sur les lieux professionnels et/ou aux domiciles personnels, se présentent et exigent l'accès à certains bureaux et demandent à voir certaines personnes.

En cas de raids, vous devez, **à tout moment, agir de la manière suivante :**

- Prévenir immédiatement le service juridique et demandez aux agents d'attendre l'arrivée du responsable juridique de l'entreprise et
- Informer le représentant légal de l'entreprise au niveau de direction le plus élevé (généralement le Président du Conseil d'Administration ou le Directeur Général).

**Des instructions plus complètes quant à la conduite à adopter pendant des enquêtes des Autorités antitrust sont disponibles dans l'INTRANET FUCHS sous la rubrique 'Droit et Assurance'.**

## 7. DIRECTEUR ETHIQUE ET HOTLINE

1. Comme illustré par ces directives, les lois antitrust sont très complexes. Donc, dans de nombreux cas, il est impossible de déterminer le caractère légal ou illégal de certains comportements vis-à-vis des lois antitrust sans l'avis d'un conseiller juridique. Il peut aussi y avoir des affaires où, rétrospectivement, vous êtes dans le doute quant à la légalité d'un certain comportement. De ce fait, FUCHS a nommé un **Directeur Ethique** pour servir d'interface à tous les salariés et à qui vous pouvez adresser toutes vos questions, commentaires et observations en matière de lois antitrust.

**Directeur Ethique**

Claudio F. Becker

Vice-président Juridique et Assurances

FUCHS PETROLUB AG

Téléphone: +49 (0) 621-3802-145

Portable : 0172 - 617 45 05

2. En contactant un avocat externe, vous pourrez clarifier des questions ou communiquer à propos de violations des lois antitrust en toute confidentialité. À cet effet, nous avons créé pour vous une ligne ouverte 24 heures / 24 avec le cabinet juridique Schilling SZA, Zutt and Anschütz Rechtsanwälts AG de Mannheim. En composant les numéros suivants, vous pouvez, à tout moment, contacter les personnes mentionnées ci-dessous :

**SZA Schilling, Zutt and Anschutz Rechtsanwalts AG**

Otto-Beck-Str. 11  
D – 68165 Mannheim

Hans-Joachim Hellmann, LL.M.  
Phone : +49 (0)621 - 42 57-212  
Portable : 0172 - 622 89 52  
E-mail : [hans-joachim.hellmann@sza.de](mailto:hans-joachim.hellmann@sza.de)

Docteur Christina Malz, LL.M.  
Phone : +49 (0)621 - 42 57-212  
Portable : 0173 - 671 11 41  
E-mail : [christina.malz@sza.de](mailto:christina.malz@sza.de)

Mannheim, Décembre 2016