

Loi antitrust

Politique de conformité à la loi antitrust du Groupe DSI :
DSI n'acceptera aucune infraction à la loi antitrust

Communication

Une mauvaise utilisation du langage peut inciter les régulateurs et les agences d'application à penser que vous êtes en infraction de la loi antitrust, même si ce n'est pas le cas. Toute communication écrite, y compris les e-mails, constitue un document permanent et peut être lue par d'autres. Dans toutes les communications, vous devez prendre soin d'éviter de créer une impression inappropriée ou de laisser soupçonner que vous êtes en infraction avec la loi antitrust.

Ne pas :

- Utiliser de langage qui pourrait donner l'impression d'un comportement illégal ou inapproprié. (ex. « Détruire après lecture »)
- Exagérer lorsque vous discutez de vos parts de marché.
- Vous référer à la concurrence comme un problème à éviter.
- Utiliser un langage ambigu.
- Écrire quoi que ce soit dans un e-mail que vous ne pourriez pas justifier ultérieurement à votre responsable ou une agence d'application.

Vous pouvez :

- Utiliser les formulaires et les contrats standard quand vous le souhaitez.
- Demander un conseil juridique pour tout document important.
- Demander un conseil juridique concernant toute communication avec une autorité antitrust ou une agence d'application.
- Rédiger une note expliquant tout ce qui peut être considéré comme suspect (par ex. la source d'informations sur un concurrent).
- Conserver des communications écrites avec des avocats dans un dossier séparé marqué « conseils juridiques confidentiels ».
- Vous assurer que vous et ceux qui vous rapportent êtes à jour dans votre formation antitrust, conformément à la Politique Antitrust du Groupe DSI.

Le terme « concurrence » désigne au moins deux personnes ou entreprises agissant indépendamment pour assurer l'activité d'un tiers. La loi antitrust encourage les marchés libres en empêchant les restrictions de la concurrence, que cela soit par des entreprises individuelles ou entre un groupe d'entreprises.

Les conséquences d'une infraction de la loi antitrust sont graves et comprennent des amendes lourdes, la responsabilité civile vis-à-vis des dommages et des dommages concernant la réputation de l'entreprise.


Pour les personnes, elles peuvent comprendre des actions disciplinaires pouvant aller jusqu'au renvoi ou la prison. Vous devez connaître les règles antitrust de base et être capable d'identifier des situations où des problèmes concernant la loi antitrust peuvent être soulevés. Dans le doute, demandez conseil sans attendre à votre responsable ou à un membre du département juridique DSI.

Vous devez rapporter toute conduite anticoncurrentielle sur votre lieu de travail à votre direction ou aux Ressources Humaines, à un membre de la fonction juridique ou via Speak Up, le service de rapport confidentiel téléphonique ou internet.



Loi antitrust

Politique de conformité à la loi antitrust du Groupe DSI : **DSI n'acceptera aucune infraction à la loi antitrust**

	Interdit	Demander un conseil juridique	Autorisé
<p>Concurrents</p> <p>Faites très attention lorsque vous êtes en contact avec des concurrents. Dans le doute, demandez un conseil juridique. Refusez et documentez toute approche d'un concurrent qui donne lieu à une suspicion. Quittez toute réunion d'association syndicale immédiatement si des sujets interdits sont traités et insistez pour que votre départ soit consigné. Informez sans délai le Département Juridique de l'incident.</p>	<p>Vous ne devez pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Accepter de ne pas concourir. ■ Fixer des prix. ■ Limiter, contrôler ou partager des marchés. ■ Accepter de limiter la production ou l'approvisionnement. ■ Accepter de ne pas fournir certains clients. ■ Accepter de truquer des offres. ■ Fixer toute condition générale. ■ Discuter d'un aspect concernant les remises, marges, crédits, devis clients. ■ Echanger des informations commercialement sensibles autrement que par un programme juridiquement approuvé. ■ Convenir d'une « entente » concernant l'un des points ci-dessus. ■ Rencontrer plus d'un concurrent, sauf dans le cadre légitime d'une association syndicale approuvée. 	<p>Demandez un conseil juridique avant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Participer à une association syndicale ou lui fournir des informations. ■ Accepter des invitations en dehors des contacts professionnels normaux. ■ Conclure un contrat d'achat ou de vente important. ■ Conclure un contrat de licence ou de distribution. ■ Conclure une joint-venture (production, marketing, R&D). ■ Participer à toute forme d'échange d'informations, de benchmarking ou de définition de norme. 	<p>Vous pouvez :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mener une compétition acharnée. ■ Discuter de sujets généraux de l'activité, à condition qu'aucune information commerciale ou sensible pour l'entreprise ne soit communiquée. ■ Etudier vos concurrents au travers de sources et informations publiques communiquées volontairement (mais notez la source).
<p>Clients et/ou fournisseurs</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fixer un prix égal ou supérieur à celui auquel vos clients peuvent revendre. ■ Empêcher les distributeurs d'accepter des commandes provenant de l'extérieur de leur territoire/segment. ■ Imposer des restrictions d'exportation. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Conclure un contrat d'achat ou de vente exclusif. ■ Conclure un contrat d'échange de produit. ■ Faire une annonce publique sur les prix ou les coûts. ■ Relier l'approvisionnement d'un produit à l'approvisionnement d'un autre produit. ■ Accepter de « se conformer ou communiquer » des clauses avec des clients. ■ Demander aux clients de prendre une quantité ou un pourcentage minimum de leurs exigences. ■ Conclure un contrat pour une durée supérieure à 5 ans. ■ Empêcher les clients de stocker des produits concurrents. ■ Refuser de fournir un client, résilier un contrat ou offrir des remises non basées sur les volumes. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promouvoir activement vos produits. ■ Traiter tous les clients et fournisseurs de manière égale. ■ Recommander, mais ne pas imposer, un prix de revente. ■ Demander aux clients de vendre un produit sous la marque appropriée et appliquer les normes de qualités appropriées. ■ Empêcher les distributeurs de vendre activement en dehors de leur territoire/segment contractuel.