

CODE DE CONDUITE DROIT DE LA CONCURRENCE OPMOBILITY

2025

	COMPLIANCE			
	Procedure		Form	N°
	Code of Conduct Competition Law OPmobility Group			Index
				Page
				OPUS-CI-LGL-14
				A-EN
				1 / 28

CODE DE CONDUITE – DROIT DE LA CONCURRENCE

OPmobility

Réussir sur les marchés actuels exige bien plus qu'une excellence opérationnelle ; cela requiert intégrité, transparence et un respect total des règles qui régissent la concurrence loyale.

Chez OPmobility, cet engagement est profondément ancré dans notre culture et se reflète dans la manière dont nous exerçons nos activités à travers le monde.

Ce Code de Conduite en matière de conformité au droit de la concurrence renforce cet engagement. Il complète notre Code de Conduite général et définit des attentes claires quant à la manière dont nous évoluons dans des environnements concurrentiels, en veillant à ce que nos actions demeurent licites, responsables et conformes à nos valeurs.

Les risques liés à la non-conformité au droit de la concurrence sont considérables. Ils ne dépendent ni de l'ampleur ni de la visibilité d'une activité : même une violation mineure peut entraîner des conséquences juridiques, financières et réputationnelles graves pour l'ensemble du Groupe.

Ce Code constitue un guide pratique pour toutes les équipes, dans toutes les fonctions et zones géographiques. Il s'agit d'une responsabilité partagée, et les managers à tous les niveaux doivent montrer l'exemple, en veillant à ce que leurs équipes comprennent et appliquent ces principes de manière constante.

Alors que le droit de la concurrence continue d'évoluer sous l'effet de la transformation numérique, des impératifs de durabilité et d'un contrôle réglementaire accru, notre vigilance doit rester constante. Ce Code n'est pas seulement une garantie juridique ; il reflète notre engagement en faveur d'une croissance éthique et durable.

Respectons ces principes avec cohérence, collaboration et une vision tournée vers l'avenir.

Félicie BURELLE
Directrice Générale
OPmobility

OBJET DE CE CODE

Ce Code de Conduite a pour objectif de vous aider à comprendre et à appliquer le droit de la concurrence dans votre travail quotidien au sein du Groupe OPmobility, y compris dans toutes ses filiales. Il définit les standards de comportement attendus de l'ensemble des collaborateurs et fournit des recommandations pratiques pour identifier et éviter les pratiques anticoncurrentielles. Il précise les types de comportements prohibés, les formes de coopération pouvant être autorisées sous conditions strictes, ainsi que les situations dans lesquelles il convient de solliciter un avis.

Le respect de ce Code est obligatoire. Toute violation, qu'elle soit intentionnelle ou due à une négligence, peut entraîner des mesures disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement pour faute grave. Outre les conséquences internes, la non-conformité peut exposer tant OPmobility que ses collaborateurs à des sanctions légales, incluant des amendes et des atteintes à la réputation.

En cas de doute sur la conformité d'une situation au regard du droit de la concurrence, vous devez impérativement consulter le Département Conformité avant toute action. Un avis précoce est essentiel pour prévenir les risques et garantir une conduite conforme à la loi.

1. DROIT DE LA CONCURRENCE : GARANTIR L'ÉQUITÉ ET L'INNOVATION

La concurrence libre et loyale est essentielle au bon fonctionnement des économies de marché. Elle stimule l'innovation, améliore la qualité, réduit les prix et garantit aux clients un véritable choix. Lorsque les entreprises se concurrencent sur leurs mérites, les marchés fonctionnent efficacement et les consommateurs en sont les principaux bénéficiaires.

Cependant, la concurrence ne s'autorégule pas. Sans règles claires, les entreprises peuvent adopter des pratiques qui faussent le marché, telles que la fixation des prix, la répartition de zones géographiques ou l'abus de position dominante pour exclure des concurrents.

Le droit de la concurrence vise à prévenir les comportements anticoncurrentiels, tandis que les autorités compétentes enquêtent et sanctionnent les violations par des amendes et, dans certains cas, des poursuites pénales. Ce cadre protège les consommateurs, favorise l'innovation et soutient une croissance économique durable.

OPmobility se concurrence exclusivement sur ses mérites, et ses collaborateurs doivent comprendre et respecter le droit de la concurrence partout où nous opérons.

2. QUEL COMPORTEMENT DEVEZ-VOUS ADOPTER ?

Respecter le droit de la concurrence ne consiste pas seulement à connaître les règles ; il s'agit de les appliquer dans votre travail quotidien.

Chacun doit se conformer strictement aux règles de concurrence énoncées dans ce Code.

Même si votre activité ne représente qu'une faible part des opérations d'OPmobility, une seule violation peut exposer l'ensemble du Groupe à des sanctions sévères et à des atteintes à sa réputation.

En tant que membre d'un groupe international reconnu, OPmobility est soumis à des exigences élevées. Tout manquement peut être considéré avec gravité par les autorités et donner un signal négatif aux autres acteurs du marché.

En cas de doute quant à la conformité d'une situation au regard du droit de la concurrence, contactez impérativement le Département Conformité avant toute action.

2.1. COMPORTEMENT À ADOPTER AVEC LES CONCURRENTS

A. Comportements interdits avec les concurrents

Les sociétés OPmobility ne doivent en aucun cas conclure des accords ou des arrangements informels avec des concurrents susceptibles de réduire la concurrence.

Les pratiques suivantes sont strictement interdites :

(i) Entente sur les prix

Vous ne devez jamais convenir avec des concurrents du montant à facturer pour des produits ou services. Cela inclut :

- Fixer les prix conjointement
- S'accorder sur les remises, marges ou rabais
- Coordonner le moment ou la manière dont les prix évolueront

Même des discussions informelles ou une coordination indirecte, telles que le partage d'intentions tarifaires futures ou la réaction à des informations divulguées par un concurrent, peuvent être considérées comme illégales. Cela comprend notamment :

- Les conversations lors de réunions d'associations professionnelles
- Des échanges par e-mail ou appels téléphoniques
- La transmission de données sensibles sur les prix via des tiers

Cas pratique : Une discussion inappropriée lors d'un salon professionnel

Vous assistez à un salon professionnel et participez à un déjeuner avec des représentants de plusieurs entreprises concurrentes. Au cours de la conversation, l'un d'eux évoque les remises importantes actuellement pratiquées dans le secteur et suggère d'harmoniser les politiques de remise entre les entreprises.

Que devez-vous faire ? Exprimez immédiatement et clairement votre opposition à discuter de ce sujet. Puis, quittez le déjeuner/la réunion sans délai et signalez l'incident au Département Compliance.

Pourquoi ? Discuter des stratégies tarifaires ou des conditions commerciales avec des concurrents, directement ou indirectement, est strictement interdit et peut constituer une violation grave du droit de la concurrence.

(ii) Répartition des marchés ou des clients

Vous ne devez jamais conclure d'accord avec des concurrents visant à se répartir les marchés, les clients, les territoires ou les contrats.

Exemples de comportements strictement interdits :

- S'accorder pour ne pas vendre dans la zone géographique d'un concurrent ou à certains clients
- Décider qui soumettra une offre ou remportera un contrat spécifique (« bid rotation »)
- Attribuer des clients ou des projets à des entreprises déterminées
- Éviter la concurrence sur certaines gammes de produits ou zones géographiques

Même en l'absence d'accord formel, un comportement coordonné — tel qu'une entente tacite ou un schéma visant à éviter les clients ou territoires des uns et des autres — peut être considéré comme illégal.

L'utilisation d'un distributeur, d'un consultant ou d'une association professionnelle pour coordonner la répartition des marchés ou des clients est également prohibée.

Cas Pratique : Proposition de répartition des marchés

Vous recevez un appel d'un concurrent qui vous propose un accord mutuel : il cessera de prospecter vos clients si vous acceptez de ne pas prospecter les siens.

Que devez-vous faire ? Rejetez clairement la proposition, mettez fin à la conversation immédiatement et signalez l'incident au Département Compliance.

Pourquoi ? Tout accord visant à se répartir les clients constitue une violation grave du droit de la concurrence et peut entraîner des conséquences juridiques importantes, tant pour les individus que pour l'entreprise.

(iii) Boycotts Collectifs

Vous ne devez jamais convenir avec des concurrents d'exclure un fournisseur, un client ou un concurrent de toute relation commerciale. Ce type d'exclusion coordonnée est appelé boycott collectif.

Exemples de comportements interdits :

- S'accorder pour ne pas s'approvisionner auprès d'un fournisseur particulier.
- Coordonner l'arrêt des ventes à un client spécifique.
- Utiliser une association professionnelle pour organiser un refus collectif de contracter.

Même si l'objectif semble légitime, comme la protection de la qualité ou des normes, vous ne devez en aucun cas coordonner des actions d'exclusion avec des concurrents.

Cas pratique : Proposition de boycott lors d'une réunion d'une association professionnelle

Vous assistez à une réunion d'une association professionnelle qui regroupe la plupart des acteurs majeurs de votre marché. Au cours de la discussion, un participant suggère d'exclure certains clients jugés « indésirables » et propose de créer une liste noire commune.

Que devez-vous faire ? Refusez cette proposition, quittez immédiatement la réunion et demandez que votre refus et votre départ soient consignés dans le compte rendu. Ensuite, signalez l'incident au Département Compliance.

Pourquoi ? Tout accord entre concurrents visant à refuser de traiter avec certains clients constitue une violation grave du droit de la concurrence et doit être évité à tout prix.

(iv) Manipulation des appels d'offres

Le « Bid rigging » ou la manipulation des appels d'offres implique que des entreprises collaborent pour fausser le résultat d'un processus d'appel d'offres, au lieu de se concurrencer loyalement. Vous ne devez jamais vous coordonner avec d'autres entreprises dans le cadre d'un appel d'offres ou d'un processus d'achat.

Exemples de pratiques illégales de manipulation des appels d'offres :

- Soumettre des offres fictives ou volontairement faibles pour donner l'apparence d'une concurrence.
- Partager des détails sur les offres avant leur soumission, tels que les prix ou la disponibilité.
- Aligner les offres en fonction de contrats passés pour éviter la concurrence.

- Se mettre d'accord sur le gagnant ou faire gagner des entreprises à tour à tour
- Retirer des offres pour aider une autre entreprise à remporter l'appel d'offre.

Cas pratique : Contact suspect lors de la collecte du dossier d'appel d'offres

Lors de la collecte des documents et des spécifications pour un appel d'offres public, un concurrent que vous connaissez de manière informelle vous propose de vous offrir un verre.

Que devez-vous faire ? Refusez poliment l'invitation, évitez tout contact informel avec des concurrents pendant la procédure d'appel d'offres et signalez cette interaction au Département Compliance.

Pourquoi ? Même des interactions d'apparence anodines peuvent conduire à des discussions, intentionnelles ou non, concernant l'appel d'offres ou les offres respectives.

(v) Communication d'informations sensibles

Vous ne devez jamais partager d'informations confidentielles ou stratégiques avec des concurrents. Cela s'applique tant au partage direct d'informations (par exemple lors de réunions, courriels ou appels téléphoniques) qu'au partage indirect (par exemple via des associations professionnelles, des consultants ou d'autres tiers).

La communication d'informations sensibles peut permettre aux concurrents de prévoir vos actions, ce qui peut conduire à une coordination illégale, même en l'absence d'accord formel.

Même des conversations informelles ou des divulgations unilatérales, où vous partagez des informations sans contrepartie, peuvent être considérées comme anticoncurrentielles.

Ne communiquez jamais d'informations qui ne sont pas légitimement accessibles au public, telles que :

- Prix, coûts, marges ou remises.
- Volumes de ventes, bénéfices ou parts de marché.
- Produits futurs, plans d'affaires ou stratégies.
- Capacité de production ou projets d'investissement.

(vi) Accords de non débauchage

Vous ne devez jamais conclure d'accord avec des concurrents, que ce soit par des contrats formels ou des « gentlemen's agreements » informels, visant à ne pas recruter ou solliciter les employés des uns et des autres.

Ces accords sont appelés accords de non-débauchage et sont considérés comme anticoncurrentiels.

Même si l'objectif est de maintenir de bonnes relations, ces accords peuvent restreindre la mobilité des employés et fausser la concurrence sur le marché du travail. Ils font l'objet d'une surveillance accrue par les autorités de concurrence.

Exemples de comportements interdits :

- Se mettre d'accord pour ne pas recruter dans la main-d'œuvre d'un concurrent.
- Coordonner afin d'éviter d'approcher le personnel des uns et des autres.
- Utiliser des associations professionnelles ou des tiers pour faciliter de tels arrangements.

Cas pratique : Suggestion d'un pacte de recrutement

Vous assistez à un événement sectoriel et un concurrent mentionne que son entreprise évite de recruter dans votre équipe et suggère que votre entreprise fasse de même.

Que devez-vous faire ? Rejetez clairement la suggestion, mettez fin à la conversation et signalez l'incident au Département Compliance.

Pourquoi ? Tout accord, écrit ou verbal, visant à ne pas recruter chez un concurrent peut être considéré comme une violation du droit de la concurrence et doit être évité.

B. Coopération autorisée entre concurrents (sous réserve d'approbation du Département Conformité)

(i) Accords de collaboration générale

La coopération entre concurrents peut être autorisée uniquement sous des conditions strictes et ne doit pas être négociée, signée ou conclue sans l'approbation préalable du Département Compliance.

Pour être autorisée, la coopération entre concurrents doit :

- Améliorer l'efficacité, l'innovation ou la durabilité.
- Bénéficier aux consommateurs finaux.
- Éviter toute forme de coordination anticoncurrentielle.

Exemples de coopération autorisée :

a. Accords de production

Cela concerne la fabrication conjointe de produits ou de composants, dans le but de réduire les coûts, de partager les infrastructures ou d'améliorer l'efficacité de la production.

Exemple : Deux équipementiers automobiles, l'un spécialisé dans les moteurs électriques et l'autre dans les batteries, établissent une installation commune pour fabriquer des systèmes de propulsion électrique intégrés.

b. Accords de distribution

Cela concerne la coordination de la distribution ou de la logistique des produits ou services, y compris le partage d'entrepôts, de moyens de transport ou de canaux de vente.

Exemple : Plusieurs fournisseurs d'électronique automobile collaborent pour utiliser un prestataire logistique commun afin de livrer des composants aux OEM dans toute l'Europe, réduisant ainsi les émissions et les coûts opérationnels.

c. Accords de spécialisation

Cela implique qu'une entreprise cesse la production de certains biens et s'approvisionne auprès d'une autre, permettant à chaque partie de se concentrer sur ses compétences clés.

Exemple : Un fournisseur spécialisé dans les systèmes de freinage cesse la production de composants de direction et s'approvisionne auprès d'un partenaire, qui, à son tour, arrête la fabrication des freins.

d. Accords R&D

Cela concerne des activités conjointes de recherche et développement, souvent axées sur les technologies émergentes telles que la conduite autonome ou la durabilité.

Exemple : Trois équipementiers automobiles collaborent pour développer un nouveau matériau léger destiné aux châssis de véhicules électriques, en partageant des laboratoires, une expertise technique et des droits de propriété intellectuelle.

e. Contrat de Licence

Cela implique qu'une entreprise accorde à une autre le droit d'utiliser sa technologie, sa marque ou son savoir-faire, favorisant ainsi l'innovation et l'accès au marché.

Exemple : Un équipementier automobile concède sous licence son logiciel propriétaire de gestion des batteries à d'autres fournisseurs, permettant une adoption plus large des technologies pour véhicules électriques dans l'industrie.

(i) **Consortium et sous-traitance dans le cadre des appels d'offres**

a. Conditions légales et de conformité

Les entreprises concurrentes peuvent former un consortium ou conclure des accords de sous-traitance pour répondre à un appel d'offres, mais uniquement dans le respect strict des conditions légales et de conformité.

Une telle coopération est généralement autorisée uniquement si :

- Les parties n'auraient pas pu soumettre une offre individuellement en raison d'un manque de capacité, d'expertise ou de ressources.
- L'accord est objectivement nécessaire et justifié sur le plan technique et économique (par exemple, compétences complémentaires, partage de la charge de travail, économies d'échelle).
- La coopération ne supprime pas la concurrence effective, en particulier si elle implique la totalité ou la majorité des soumissionnaires capables.
- L'accord n'implique pas de fixation des prix, de répartition des marchés ou de rotation des offres.
- La sous-traitance est divulguée de manière transparente à l'autorité adjudicatrice.

b. Procédure interne pour les employés

Consulter d'abord le service Conformité :

- Avant d'engager toute discussion ou négociation, consultez le service Conformité afin d'évaluer les risques juridiques et de garantir la conformité avec le droit de la concurrence et les politiques d'OPmobility.

Premier contact :

- En cas d'approbation, limitez les premières discussions avec les partenaires potentiels à la confirmation de l'intérêt mutuel pour la formation d'un consortium ou d'un accord de sous-traitance.

Évaluation de l'impact sur le marché :

- Vérifiez si le regroupement envisagé préserve une concurrence effective. Évitez les accords impliquant tous les principaux concurrents ou réduisant les alternatives viables pour l'autorité adjudicatrice.

Portée des discussions :

- Une fois l'intérêt mutuel confirmé, limitez les échanges ultérieurs aux aspects opérationnels uniquement, tels que l'allocation des ressources, les garanties et les plans d'exécution. Évitez tout échange d'informations commerciales sensibles.

Documentation :

- Conservez des traces écrites de toutes les communications. Incluez dans le préambule de l'accord une justification claire expliquant pourquoi l'offre conjointe est nécessaire et conforme au droit.

En cas d'échec de l'accord :

- Si vous décidez ultérieurement de soumissionner seul ou avec un autre partenaire, communiquez au service Conformité la liste des entreprises avec lesquelles des discussions ont eu lieu.

2.1. CONDUITE AVEC LES CLIENTS ET FOURNISSEURS

A. Principes généraux

Les accords conclus avec les clients et les fournisseurs sont qualifiés d'accords verticaux, car ils impliquent des parties situées à différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement. Ces relations doivent respecter le droit de la concurrence, notamment en ce qui concerne :

(i) Modification de la stratégie ou des partenaires commerciaux

Bien que les entreprises soient libres de choisir leurs partenaires, des changements brusques, en particulier dans des relations de longue durée, peuvent être juridiquement risqués et éthiquement discutables.

Dans de nombreux pays, mettre fin à une relation commerciale stable sans préavis approprié peut être considéré comme déloyal ou abusif, notamment si la société occupe une position forte sur le marché ou représente une part significative de l'activité du partenaire.

Avant toute modification importante des relations avec un fournisseur ou un Client, consultez toujours le service Conformité.

Ce que vous devez faire :

- Fournir un préavis clair et raisonnable avant de mettre fin ou de réduire les relations avec un partenaire régulier.
- Éviter d'utiliser votre position pour imposer des conditions injustes ou déséquilibrées.
- Veiller à ce que les décisions soient juridiquement solides et éthiquement justifiées.

(ii) Accords d'exclusivité

Les accords d'exclusivité, tels que l'approvisionnement principalement auprès d'un seul fournisseur ou la vente uniquement par un partenaire, peuvent limiter l'accès au marché et soulever des préoccupations en matière de concurrence.

Ces accords peuvent être autorisés s'ils ne restreignent pas significativement la concurrence. Des facteurs tels que la part de marché, la durée et l'impact sur les concurrents sont déterminants.

Vous devez toujours consulter le service Conformité avant de négocier des clauses d'exclusivité.

(iii) Zones géographiques de vente

Les restrictions territoriales de revente peuvent être illégales, sauf si des exemptions spécifiques s'appliquent. Consultez toujours le service Conformité avant d'inclure des clauses territoriales dans les contrats.

(iv) Restrictions des prix de vente

Il est interdit d'imposer, directement ou indirectement, des prix de revente minimum. Les prix recommandés sont autorisés uniquement si les revendeurs fixent leurs prix librement, sans contrôle, pression, incitations ou représailles.

B. Conduite avec les clients publics

Les clients publics (entités utilisant des fonds publics pour acquérir des biens, services ou travaux) sont soumis à des règles strictes en matière de passation des marchés. Toutes les interactions doivent respecter les principes d'équité, de transparence et d'égalité de traitement.

Conduite générale : N'offrez pas de cadeaux, d'hospitalité ou d'avantages susceptibles d'influencer ou de donner l'apparence d'influencer les décisions. Tout geste doit de faible valeur, transparent et sans lien avec l'attribution des contrats.

Avant un appel d'offres : N'influencez pas les spécifications pour favoriser le Groupe. Toute contribution doit être neutre et accessible à tous les soumissionnaires. Évitez les conflits d'intérêts lors des consultations ou des projets pilotes.

Pendant l'appel d'offres : Ne cherchez pas à obtenir ni à utiliser des informations non publiques. Maintenez la confidentialité et évitez tout accès préférentiel. Assurez-vous que les communications soient documentées et traçables.

Après l'ouverture des offres : N'acceptez pas de modifications qui enfreignent les termes de l'appel d'offres. Évitez tout contact avec les concurrents. Les modifications majeures du contrat peuvent nécessiter un nouvel appel d'offres.

C. Customers and Suppliers who are also Competitors

Dans certains cas, un client ou un fournisseur peut également être un concurrent. Par exemple, une entreprise qui achète des produits auprès d'OPmobility peut aussi être en concurrence avec elle dans le cadre d'un appel d'offres public. Ces relations à double rôle doivent être gérées avec une attention particulière afin d'éviter toute violation du droit de la concurrence.

Lorsqu'il s'agit de partenaires à double rôle, les règles suivantes s'appliquent :

(i) Traitement équitable

Les clients-concurrents et les fournisseurs-concurrents doivent être traités de manière équitable et cohérente. Les biens et services doivent être proposés dans les mêmes conditions que celles appliquées aux autres partenaires comparables.

(ii) Tarification transparente

La tarification doit reposer sur des critères objectifs et cohérents. Les prix proposés aux partenaires à double rôle doivent être accessibles et justifiables, sans discrimination ni favoritisme.

(iii) Ne pas communiquer d'informations stratégiques

Il ne doit y avoir aucun échange d'informations commerciales sensibles avec des concurrents, notamment :

- Stratégies tarifaires.
- Conditions offertes à des tiers.
- Plans ou volumes d'activité futurs.

Même des conversations informelles ou des divulgations indirectes (par exemple, lors de réunions conjointes ou via des plateformes) peuvent être considérées comme anticoncurrentielles.

(iv) Absence de pratiques d'éviction

Évitez toute conduite susceptible d'exclure injustement des concurrents du marché. Cela inclut :

- La création ou le partage de « listes noires » de fabricants.
- La coordination visant à bloquer l'accès à des clients ou fournisseurs.
- L'utilisation d'accords d'achat ou d'approvisionnement pour désavantager des concurrents.

D. Pratiques nécessitant une vigilance particulière en cas de position dominante

Lorsque OPmobility détient une position dominante sur le marché ou exerce une dépendance économique vis-à-vis d'un client ou d'un fournisseur, elle doit respecter des obligations renforcées au titre du droit de la concurrence. Certaines pratiques peuvent être considérées comme abusives si elles excluent des acteurs du marché ou exploitent injustement des partenaires commerciaux.

(i) Pratiques susceptibles d'exclure des clients

Ces pratiques peuvent entraver l'accès au marché ou fausser la concurrence et sont interdites lorsque OPmobility détient une position de force.

a. Refus de vente

Refuser de vendre des biens ou des services sans motifs valables et objectifs peut être abusif, en particulier lorsque le client est régulier ou dépendant, ou lorsque le produit ou service est essentiel pour accéder au marché.

Les refus doivent être fondés sur des critères mesurables et objectifs, tels que le risque de crédit ou des contraintes de capacité.

b. Traitement discriminatoire

Les clients dans des situations comparables doivent bénéficier d'un traitement équitable en matière de tarification, de délais et de conditions de paiement.

Des conditions différentes peuvent être appliquées si elles sont objectivement justifiées, par exemple par des économies de coûts ou des gains d'efficacité opérationnelle.

Les critères de différenciation doivent être clairement définis dans les conditions générales, en fonction des catégories de clients ou des segments de marché.

c. Ventes liées

Les ventes liées surviennent lorsque l'achat d'un produit ou service est conditionné par un autre. Cela inclut :

- Ventes groupées : Deux produits vendus ensemble (ex. : une voiture avec son équipement).
- Offres combinées : Produits vendus ensemble avec une remise.
- Ventes conditionnelles : L'accès à un produit nécessite l'achat d'un autre.

d. Remises de fidélité

Les remises qui découragent les clients d'acheter auprès de concurrents peuvent être abusives, notamment lorsque les réductions augmentent avec le volume d'achat ou sont conditionnées à l'exclusivité.

Ces pratiques doivent être justifiées par des avantages réels et mesurables, tels que des économies de coûts liées au comportement du client.

e. Clauses contractuelles abusives (exclusion)

Certaines clauses peuvent restreindre la liberté commerciale ou exclure des concurrents. Exemples : clauses d'exclusivité, obligations de divulguer les offres concurrentes, ou clauses de non-concurrence.

Ces clauses doivent toujours être examinées par le service Conformité avant d'être incluses dans un accord.

(i) Pratiques susceptibles d'exploiter les clients ou fournisseurs

Ces pratiques tirent un avantage injuste des partenaires commerciaux et sont également interdites lorsque OPmobility détient une position dominante.

a. Tarification excessive

Facturer des prix disproportionnés par rapport à la valeur économique du produit ou du service peut être abusif. Les indicateurs incluent l'absence de justification des niveaux de prix et des prix significativement supérieurs aux références du marché.

b. Conditions commerciales abusives

Imposer des conditions créant un déséquilibre significatif entre les droits et obligations peut être abusif. Exemples : prix de revente imposés, obligations sans lien avec l'objet du contrat, clauses de priorité limitant la liberté de négociation.

c. Tarification discriminante

Facturer des prix différents à des clients similaires sans justification objective peut être abusif, même si cela n'exclut pas les concurrents.

2.2. CONDUITE AVEC LES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

A. Règles de participation

La participation aux associations professionnelles est légitime et souvent bénéfique. Cependant, en raison de la présence de concurrents, il est essentiel de respecter des règles strictes de conduite afin de garantir la conformité et d'éviter tout risque de comportement anticoncurrentiel.

Les règles suivantes doivent toujours être observées :

- Veiller à ce qu'un ordre du jour détaillé soit diffusé à l'avance. En cas d'absence, ne pas assister à la réunion.
- Désigner les participants (titulaire et suppléant) en fonction de l'objet de la réunion.

- Confirmer que des procès-verbaux sont établis. En cas de refus, les demander formellement et quitter la réunion si nécessaire.
- Préparer un compte rendu pour votre responsable après chaque réunion.
- Éviter les réunions informelles ou discussions avec des concurrents avant, pendant ou après l'événement.
- Ne pas partager d'informations stratégiques ou sensibles sur le plan commercial, telles que les prix, les plans de production ou les stratégies de marché, sauf autorisation expresse dans un cadre légalement conforme et confidentiel.

B. Sujets interdits

Les associations professionnelles ne doivent pas faciliter ni tolérer des discussions ou actions susceptibles de restreindre la concurrence. Les sujets suivants sont strictement interdits :

- Fixation des prix ou diffusion de listes de prix recommandés ou minimum.
- Échange de données commerciales individualisées et récentes pouvant réduire l'incertitude du marché ou faciliter la collusion.
- Coordination des comportements sur le marché, y compris les réponses conjointes aux appels d'offres ou la répartition des clients.
- Boycotts ou pratiques d'éviction visant des non-membres ou certains acteurs du marché.

Si de tels sujets sont abordés lors d'une réunion, vous devez :

1. Vous y opposer immédiatement et demander l'arrêt de la discussion.
2. Quitter la réunion si la discussion se poursuit.
3. Veiller à ce que l'incident soit consigné dans le procès-verbal.
4. Signaler l'incident au service Conformité.

2.3. CONDUITE AVEC LES PARTENAIRES DE COENTREPRISES

OPmobility conclut des coentreprises afin de combiner des expertises et de se développer sur des marchés stratégiques. Lors de la collaboration avec des partenaires de coentreprise, vous devez rester strictement dans le cadre de la coentreprise.

Pour vous protéger, ainsi que l'entreprise, contre les risques liés au droit de la concurrence :

- Ne discutez et ne coordonnez que les activités directement liées à l'objet de la coentreprise.

- Ne partagez pas d'informations commerciales sensibles, telles que les prix, les listes de clients ou les stratégies de marché, sauf si cela est indispensable à l'objet de la coentreprise et correctement sécurisé.
- Évitez toute coordination avec les partenaires concernant des décisions commerciales en dehors du périmètre de la coentreprise.
- Maintenez une indépendance totale dans tous les autres domaines d'activité non couverts par la coentreprise.

Toute coordination au-delà du périmètre de la coentreprise peut être considérée comme anticoncurrentielle et entraîner de graves conséquences juridiques pour vous et pour l'entreprise.

2.4. CONDUITE AVEC LES AUTRES Société DU GROUPE

Les sociétés du Groupe peuvent participer à des appels d'offres conjointement ou séparément, sous réserve du respect strict des règles de conformité :

A. Soumission conjointe: offre unique

Les sociétés du Groupe peuvent se coordonner pour décider quelle entité soumettra une offre et peuvent préparer conjointement une offre unique, mais uniquement si elles constituent une entité économique unique, telle que des filiales entièrement contrôlées par la société mère.

Dans ce cas, leur coordination est considérée comme interne au Groupe et ne constitue pas une violation du droit de la concurrence, puisqu'elles n'agissent pas en tant que concurrents indépendants.

B. Soumissions séparées: offre indépendantes

Les sociétés du Groupe peuvent également soumettre des offres distinctes en réponse au même appel d'offres, mais uniquement dans les conditions suivantes:

- Indépendance stricte : Chaque offre doit être préparée de manière totalement indépendante, sans aucune forme de consultation, coordination ou échange d'informations entre les entités.
- Absence de contact préalable : Toute préparation conjointe ou discussion préalable susceptible d'induire en erreur l'autorité adjudicatrice est strictement interdite.

Le non-respect de ces règles peut être considéré comme une pratique anticoncurrentielle et entraîner l'exclusion du processus d'appel d'offres ainsi que des sanctions potentielles par les autorités de concurrence.

3. AGIR DE MANIERE RESPONSABLE DANS LES SITUATIONS SENSIBLES

3.1. PROGRAMME DE CLEMENCE ET SIGNALEMENTS EXTERNES

A. Qu'est-ce qu'un programme de clémence ?

Un programme de clémence permet aux entreprises ou aux individus impliqués dans des pratiques anticoncurrentielles de signaler leur comportement et de coopérer aux enquêtes. En contrepartie, ils peuvent bénéficier d'une immunité totale contre les amendes s'ils sont les premiers à dénoncer et à fournir des preuves suffisantes, ou de sanctions réduites s'ils apportent des informations utiles après le début d'une enquête.

B. Votre responsabilité

Si vous avez connaissance d'une possible violation du droit de la concurrence, vous devez la signaler immédiatement par les canaux internes décrits dans ce Code et éviter toute discussion externe ou toute action sans orientation préalable.

Important : La participation à un programme de clémence est une décision juridique qui doit être coordonnée avec le service Conformité. Seuls les représentants légaux autorisés peuvent interagir avec les autorités de concurrence au nom d'OPmobility.

3.2. LES INSPECTIONS INOPINEE PAR LES AUTORITES DE LA CONCURRENCE

A. QU'EST-CE QU'UNE INSPECTION INOPINEE (DAWN RAID)

Une inspection inopinée est une visite imprévue effectuée par une autorité de concurrence afin d'enquêter sur d'éventuelles violations du droit de la concurrence.

Ces inspections sont généralement autorisées par un juge, menées en présence de la police judiciaire et initiées sans avertissement préalable.

Lors d'une inspection inopinée, les agents peuvent :

- Entrer et inspecter tous les locaux de l'entreprise, y compris les bureaux privés.
- Fouiller les dossiers physiques et numériques, y compris les appareils personnels s'ils sont pertinents pour l'enquête.
- Saisir des documents originaux, carnets, courriels et fichiers informatiques.
- Apposer des scellés sur des pièces, armoires ou systèmes informatiques pour éviter toute altération.
- Interroger les employés sur des faits liés aux pratiques suspectées (les employés ont le droit de consulter un avocat de leur choix avant de répondre).

L'inspection commence officiellement lorsque les agents présentent un mandat judiciaire, qui précise les entreprises concernées, les pratiques anticoncurrentielles suspectées et le périmètre de l'inspection.

Un rapport et un inventaire des éléments saisis sont établis sur place.

Le mandat peut également autoriser l'inspection de locaux privés (ex. : bureaux à domicile) s'il existe des raisons de croire que des preuves pertinentes y sont conservées.

B. Conduite des employés lors d'une perquisition

Au début d'une perquisition :

- Accueillez les inspecteurs de manière professionnelle.
- Demandez une identification officielle et le mandat de perquisition.
- Avertissez immédiatement le service Conformité.
- Mettez à disposition des inspecteurs un bureau privé sans documents.
- Observez et consignez les événements.
- Attendez les instructions du service Conformité.

C. Pendant la perquisition

Vous devez coopérer pleinement à l'inspection et éviter toute conduite pouvant être considérée comme obstructive ou illégale.

En particulier, il est interdit de :

- Obstruer ou retarder l'inspection.
- Cacher, supprimer ou modifier des documents ou des courriels.
- Refuser l'accès aux locaux ou briser des scellés.
- Fournir des informations fausses ou trompeuses.
- Empêcher les agents d'accéder à une partie des locaux.

Toute obstruction peut entraîner des sanctions administratives ou pénales.

D. Après l'inspection

Une fois l'inspection terminée :

- Participez à une réunion de débriefing avec le Département Conformité.
- Consignez toute interaction que vous avez eue avec les inspecteurs.
- Ne communiquez pas sur la perquisition, ni en externe ni en interne, en dehors des canaux autorisés.
- Préparez-vous à d'éventuelles demandes complémentaires ou entretiens de la part des autorités.

3.3. Vous n'êtes pas sûr ? Demandez.

Si vous avez le moindre doute quant à la conformité d'une situation avec le présent Code ou avec le droit de la concurrence, n'hésitez pas à demander. Aucune question n'est trop insignifiante lorsqu'il s'agit d'agir correctement. Contactez le Département Conformité pour obtenir des conseils. Demander des éclaircissements est toujours encouragé et démontre un engagement envers l'intégrité.

3.4. Vous constatez une irrégularité ? Signalez-là

Chaque employé joue un rôle essentiel dans l'identification et la signalisation de tout comportement susceptible de compromettre une concurrence loyale. Si vous suspectez une violation du présent Code ou du droit de la concurrence, nous vous encourageons à vous exprimer.

Vous pouvez choisir de :

- Exposer votre préoccupation à votre responsable direct, à son supérieur hiérarchique ou au Réseau Conformité
- La signaler – de manière confidentielle et, si vous le souhaitez, de façon anonyme – via notre ligne d'alerte indépendante disponible 24h/24 et 7j/7:

 opmobility.ethicspoint.com

Tous les signalements effectués de bonne foi seront traités avec la plus stricte confidentialité et feront l'objet d'une enquête approfondie.

4. COMPRENDRE LE DROIT DE LA CONCURRENCE : UNE CLE POUR DES PRATIQUES COMMERCIALES ETHIQUES

4.1. PRINCIPES BASIQUES DU DROIT DE LA CONCURRENCE

Chaque entreprise doit déterminer de manière autonome sa stratégie commerciale et éviter toute coordination, que ce soit avec des concurrents, des fournisseurs, des clients ou d'autres partenaires, susceptible de fausser la concurrence.

A. Interdiction des accords anticoncurrentiels

Le droit de la concurrence interdit strictement tout accord ayant pour objet ou pour effet de restreindre ou de fausser la concurrence.

Ces accords n'ont pas besoin d'être formalisés par écrit ; même des discussions informelles lors de réunions d'associations professionnelles, d'appels téléphoniques ou d'événements sociaux peuvent être considérées comme illégales si elles impliquent une coordination restreignant la concurrence.

(i) Accords horizontaux

Les accords horizontaux sont des ententes entre concurrents opérant au même niveau de la chaîne d'approvisionnement.

La forme la plus grave d'accord horizontal est le cartel, qui implique que des concurrents agissent de concert pour éliminer la concurrence et se comporter comme une entité unique.

Les cartels peuvent viser à augmenter les prix (cartels offensifs) ou à empêcher la baisse des prix due à l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché (cartels défensifs).

Pratiques typiques des cartels :

- **Fixation des prix** : détermination conjointe des prix de vente ou des conditions de transaction (par exemple, marges, remises, modalités de paiement).
- **Répartition des marchés** : division des marchés par zone géographique ou par clientèle.
- **Limitation de la production** : accord sur des quotas de production.
- **Boycott coordonné** : actions concertées visant à exclure de nouveaux concurrents, y compris en exerçant des pressions sur les fournisseurs pour qu'ils ne collaborent pas avec eux.

Ces pratiques sont strictement interdites en raison de leur impact grave sur la concurrence et les consommateurs. Une entreprise qui s'y livre s'expose à un risque juridique immédiat, et les justifications ou arguments d'efficacité sont généralement rejetés.

(ii) Accords verticaux

La même interdiction légale s'applique aux accords verticaux, qui interviennent entre des entreprises situées à différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement (par exemple, fournisseurs, distributeurs ou clients).

B. Abus de position dominante et dépendance économique

Une entreprise ou un groupe d'entreprises détenant une position forte sur un marché, ou exerçant une influence significative sur un client ou un fournisseur, doit veiller à ne pas adopter de comportements susceptibles de nuire à la concurrence.

Le droit de la concurrence interdit certains comportements dans les situations suivantes :

(i) Position dominante sur le marché

Une entreprise est considérée comme dominante lorsqu'elle détient une part substantielle d'un marché défini, généralement présumée à partir de 50 %, et qu'elle est en mesure d'agir de manière indépendante vis-à-vis de ses concurrents, clients ou fournisseurs. D'autres facteurs tels que la notoriété de la marque, les ressources financières et les capacités techniques sont également pertinents.

(ii) Dominance collective

Dans certains cas, plusieurs entreprises peuvent détenir conjointement une position dominante, notamment sur des marchés concentrés, lorsqu'elles adoptent un comportement coordonné limitant la concurrence.

(iii) Dépendance économique

Même sans position dominante, une entreprise peut se trouver en situation de force vis-à-vis d'un partenaire commercial dépourvu d'alternatives viables. Cette dépendance peut résulter d'une forte notoriété de marque, d'une part de marché importante ou de l'absence de produits ou services équivalents.

Remarque : La définition du marché est complexe et distincte du secteur au sens large. En cas d'incertitude sur les limites du marché ou sur une situation de dépendance économique, consultez le Département Conformité.

Pratiques abusives par des entreprises dominantes ou en cas de dépendance économique :

Lorsqu'une entreprise détient une position dominante sur le marché ou exerce une influence significative sur un partenaire commercial dépendant, les pratiques suivantes sont interdites :

- (a) remises conditionnées à la fidélité
- (b) prix prédateurs
- (c) écrasement des marges (margin squeeze)
- (d) ventes liées (tied selling)
- (e) obligations d'achat exclusif
- (f) refus injustifié de vente
- (g) conditions commerciales discriminatoires
- (h) clauses d'exclusivité excessivement restrictives
- (i) imposition de conditions contractuelles abusives
- (j) refus de négocier ou de donner accès à des infrastructures essentielles
- (k) utilisation abusive de données confidentielles
- (l) dénigrement abusif des concurrents

C. Autres pratiques interdites dans certaines juridictions

Dans les juridictions où OPmobility exerce ses activités, certaines pratiques commerciales sont interdites, soit parce qu'elles sont intrinsèquement illicites, soit parce qu'elles constituent des comportements anticoncurrentiels déloyaux.

Ces pratiques peuvent exposer OPmobility à des actions en justice ou à des demandes d'indemnisation de la part des parties lésées. Il est essentiel que les employés comprennent et respectent ces exigences légales locales.

(i) Pratiques intrinsèquement illicites

Certaines juridictions interdisent explicitement des pratiques commerciales spécifiques, indépendamment de l'intention ou de l'impact concurrentiel. Parmi celles-ci :

a. Revendre à perte

La vente de produits en dessous de leur prix d'achat est strictement interdite dans plusieurs pays afin de préserver une concurrence loyale et la stabilité

du marché. Cette interdiction s'applique en France, en Allemagne, en Espagne, en Italie, en Suisse et dans de nombreux États américains.

b. Rupture brutale des relations commerciales établies

En France, mettre fin à une relation commerciale de longue durée sans préavis suffisant est considéré comme abusif et peut engager la responsabilité juridique.

(ii) Pratiques anticoncurrentielles déloyales

De nombreuses juridictions interdisent les méthodes déloyales utilisées pour attirer ou fidéliser des clients, même si elles ne violent pas directement les lois sur la concurrence. Ces pratiques peuvent fausser l'équité du marché et exposer OPmobility à des risques juridiques et réputationnels.

a. Imitation des produits ou de la publicité d'un concurrent

Copier l'apparence ou le message des offres d'un concurrent peut induire les clients en erreur et permettre à une entreprise de tirer indûment profit de sa réputation. Cela peut constituer une contrefaçon de marque ou une exploitation déloyale.

b. Exploitation de la marque ou du savoir-faire d'un concurrent

Utiliser la propriété intellectuelle, la marque ou l'expertise technique d'une autre entreprise sans autorisation compromet la concurrence loyale et peut enfreindre les lois sur la propriété intellectuelle.

c. Recrutement systématique des employés d'un concurrent

Cibler de manière agressive le personnel d'une autre entreprise pour affaiblir ses opérations ou obtenir des informations internes peut être considéré comme contraire à l'éthique et, dans certains cas, juridiquement sanctionnable.

D. Risques liés aux opérations stratégiques

(i) Risques liés aux fusions et acquisitions

Les opérations de fusion-acquisition peuvent présenter des risques importants au regard du droit de la concurrence, notamment :

- Réduction de la concurrence sur le marché.
- Coordination illicite entre les parties en cours de rapprochement.
- Non-respect des règles de contrôle des concentrations, telles que les obligations de notification et de suspension (*standstill*).

Ces manquements peuvent entraîner des sanctions financières significatives, des retards ou l'annulation de l'opération, ainsi qu'une responsabilité juridique pour l'entreprise et les personnes impliquées.

Gun Jumping dans les opérations M&A :

Le gun jumping désigne toute coordination prématurée ou transfert de contrôle entre les parties avant l'autorisation formelle des autorités de concurrence. Cela peut inclure :

- Partage d'informations commerciales sensibles (par ex. : prix, données clients, plans stratégiques).
- Alignement des décisions ou des opérations commerciales.
- Influence sur la gestion ou la stratégie de la cible.

Le gun jumping peut être procédural (absence de notification obligatoire) ou substantiel (agir comme si l'opération était approuvée avant autorisation).

Pour atténuer ces risques, il convient de :

- Inclure des clauses de confidentialité dans tous les accords pertinents.
- Utiliser des équipes dédiées (clean teams) pour gérer les informations sensibles.
- Engager un dialogue avec les autorités réglementaires lorsque cela est requis.

(ii) Risques transactionnels liés aux coentreprises

Les coentreprises, bien qu'elles soient souvent stratégiques et bénéfiques, peuvent soulever des préoccupations importantes en matière de droit de la concurrence. Comme pour d'autres formes de coopération contractuelle, elles peuvent faciliter une collusion explicite ou tacite par :

- Partage d'informations (par ex. : prix, données clients, plans stratégiques).
- Manipulation des appels d'offres ou répartition des marchés/clients.
- Contrôle conjoint d'actifs ou de ressources clés.

Ces pratiques peuvent fausser la concurrence et accroître le risque d'effets anticoncurrentiels, en particulier lorsque les partenaires de la coentreprise sont des concurrents actuels ou potentiels.

Le non-respect du droit de la concurrence dans le cadre des coentreprises peut entraîner :

- Des sanctions financières sévères,
- L'annulation ou l'interdiction de l'opération,
- Des perturbations opérationnelles,
- Une responsabilité civile et/ou pénale pour les entreprises et les individus impliqués.

Les employés doivent consulter le Département Conformité avant d'initier, de négocier ou de mettre en œuvre toute opération stratégique afin de garantir le respect intégral du droit de la concurrence et des obligations réglementaires.

4.2. CONSEQUENCES D'UNE VIOLATION DU DROIT DE LA CONCURRENCE

A. Pour les entreprises

(i) Sanctions financières

Les autorités de concurrence peuvent imposer des amendes substantielles aux entreprises impliquées dans des pratiques anticoncurrentielles. Ces amendes ont deux objectifs principaux : la dissuasion (pour prévenir les violations futures) et la réparation (pour compenser les dommages causés aux marchés et aux consommateurs).

Les principaux critères pour déterminer le montant des amendes incluent la gravité et la durée de l'infraction, l'impact économique et la position de l'entreprise sur le marché, ainsi que son historique, notamment en cas de récidive.

Dans de nombreuses juridictions, les amendes peuvent atteindre jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires annuel mondial de l'entreprise.

(ii) Risques juridiques et opérationnels

En plus des sanctions financières, les entreprises reconnues coupables de pratiques anticoncurrentielles peuvent faire face à diverses conséquences juridiques et opérationnelles :

a. Injonctions et mesures correctives

Les autorités peuvent exiger que les entreprises modifient leurs pratiques commerciales. Cela peut inclure la suppression de clauses illicites dans les contrats, la fin des accords d'exclusivité et la garantie de relations commerciales équitables et transparentes.

b. Engagement de conformité et de suivi

Les entreprises peuvent être tenues de mettre en place des mesures de conformité futures, comprenant des rapports réguliers aux autorités et des audits ou contrôles externes pour vérifier le respect des règles de concurrence.

c. Contentieux civil

Les parties lésées, telles que les clients, fournisseurs ou concurrents, peuvent engager des actions en justice pour obtenir réparation des dommages subis.

d. Atteinte à la réputation

Les décisions des autorités sont souvent rendues publiques. Elles publient généralement un communiqué de presse et un résumé de la décision sur leur site internet. Cela peut entraîner une perte de confiance des clients, partenaires commerciaux et investisseurs, et avoir un impact négatif sur la valeur de la marque et le cours des actions.

B. Pour les employés

Les comportements anticoncurrentiels peuvent exposer les employés à des conséquences graves, tant en interne qu'au regard des lois nationales.

Sanctions disciplinaires

Les employés impliqués dans des accords illicites ou dans d'autres comportements anticoncurrentiels peuvent faire l'objet de sanctions internes, y compris un licenciement pour faute grave.

Responsabilité pénale

Dans de nombreuses juridictions, les individus peuvent être tenus personnellement responsables de leur participation à des pratiques telles que la fixation des prix, la manipulation des appels d'offres ou le partage de marché. Les sanctions peuvent inclure des amendes importantes, des peines d'emprisonnement ou une interdiction d'exercer des fonctions de direction.

Conséquences professionnelles

Les autorités recherchent de plus en plus la responsabilité individuelle et, dans certains pays, les dirigeants peuvent se voir interdire d'occuper des postes de direction pendant plusieurs années.

OPmobility applique une politique de tolérance zéro à l'égard des comportements anticoncurrentiels. Tout employé reconnu impliqué dans de telles pratiques sera soumis à des mesures disciplinaires.

C. Risques liés aux marchés publics

Les pratiques anticoncurrentielles dans les marchés publics, telles que la manipulation des appels d'offres ou les soumissions collusoires, peuvent entraîner des poursuites pénales, des amendes importantes et une exclusion des futurs contrats publics. Les individus peuvent encourir des peines d'emprisonnement, tandis que les entreprises risquent des atteintes à leur réputation, une disqualification des appels d'offres et même la fermeture des unités commerciales concernées.

Fin du document

REVISION HISTORY				
Date	Index	Author	Validated by	Approved by
23/12/2025	A: Document creation	Aurélie COPPIN Global Legal Compliance Leader	Hélène DANTOINE General Counsel & Chief Compliance Officer	Félicie BURELLE Chief Executive Officer
Scope	Group + Business Groups			

INFORMATIONS & PROCEDURES

Informations

[Compliance Network and policies](#)

[Compliance policies](#)

Whistleblowing procedure

You can send an alert by telephone or online via our EthicsPoint platform using the contact details below. This independent service is available 24/7.

opmobility.ethicspoint.com

For more information, you can consult the Whistleblowing procedure

[Whistleblowing procedure](#)