

# Politique de conformité au droit de la concurrence d'Aperam

Approuvé par le LT le 18 novembre 2024

## Brève description

Aperam s'engage à respecter strictement les lois sur la concurrence des pays dans lesquels elle exerce ses activités et à éviter tout comportement qui pourrait être considéré comme illégal.

## Champ d'application

Cette politique s'applique à tous les employés d'Aperam et de ses filiales, y compris la direction et les administrateurs d'Aperam, ainsi qu'aux parties prenantes d'Aperam.

## Index

|                                                                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Introduction                                                                                                   | 3         |
| 2. Accords horizontaux - cartels et relations avec les concurrents                                                | 3         |
| 2.1 Principe et définitions                                                                                       | 3         |
| 2.2. Cartels                                                                                                      | 5         |
| 2.2.1 Accords sur la fixation des prix                                                                            | 6         |
| 2.2.2 Accords visant le partage du marché                                                                         | 6         |
| 2.2.3 Accord limitant les activités                                                                               | 6         |
| 2.2.4 Trucage des appels d'offres ("bid-rigging")                                                                 | 6         |
| 2.2.5 Concurrence pour les salariés                                                                               | 6         |
| 2.2.6 Résumé des accords horizontaux - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire                          | 7         |
| 2.3. Contacts avec les concurrents et transmission ou réception d'informations sensibles (échange d'informations) | 8         |
| 2.3.1 Exemples spécifiques                                                                                        | 8         |
| 2.3.1.a. Contacts individuels                                                                                     | 8         |
| 2.3.1.b. Échanges et réunions avec les concurrents                                                                | 8         |
| 2.3.1.c. Analyse comparative ("benchmarking")                                                                     | 9         |
| 2.3.1.d. Intelligence économique                                                                                  | 9         |
| 2.3.2 Résumé des contacts avec les concurrents - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire                | 9         |
| 2.4 Associations professionnelles                                                                                 | 11        |
| 2.4.1 Résumé sur les associations professionnelles - à faire et à ne pas faire                                    | 12        |
| 3. Accords verticaux - accords avec les clients et les fournisseurs                                               | 13        |
| 3.1 Principe et définitions                                                                                       | 13        |
| 3.2. Restrictions caractérisées                                                                                   | 13        |
| 3.3. Accords d'approvisionnement exclusif (qu'Aperam soit le fournisseur ou le client)                            | 14        |
| 3.4. Distribution exclusive                                                                                       | 14        |
| 3.5. Accords d'agence                                                                                             | 14        |
| 3.6. Entente en étoile ("hub and spoke")                                                                          | 15        |
| 3.7. Résumé sur les accords verticaux - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire                         | 15        |
| 4. Abus de position dominante                                                                                     | 16        |
| 4.1 Principe et définitions                                                                                       | 16        |
| 4.2 Conduite abusive                                                                                              | 17        |
| 4.2.1 Prix prédateurs                                                                                             | 17        |
| 4.2.2 Sélection et rejet de clients ou de fournisseurs                                                            | 17        |
| 4.2.3 Discrimination par les prix et autres différences de traitement entre clients et fournisseurs               | 17        |
| 4.2.4 Les ventes liées ("tie-ins") et les ventes groupées ("bundling") de gammes de produits                      | 17        |
| 4.3 Recommandations supplémentaires                                                                               | 18        |
| 4.4 Résumé sur l'abus de position dominante - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire                   | 18        |
| 5. Une communication non équivoque                                                                                | 18        |
| 5.1 Résumé sur la communication écrite - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire                        | 19        |
| 6. Enquêtes gouvernementales                                                                                      | 19        |
| 7. Conséquences de la violation du droit de la concurrence                                                        | 20        |
| 8. Mise à jour de la politique                                                                                    | 20        |
| <b>Annexes</b>                                                                                                    | <b>21</b> |

## 1. Introduction

Le droit de la concurrence est un système de règles visant à garantir que les marchés fonctionnent efficacement et que les entreprises se livrent une concurrence loyale.

Cette politique vise à vous aider à (i) comprendre les règles du droit de la concurrence et (ii) identifier les situations critiques, afin que vous puissiez vous conformer aux lois dans l'exercice de vos fonctions. Chaque section de cette politique décrit les comportements susceptibles de violer le droit de la concurrence et fournit des lignes directrices que vous devez suivre dans vos échanges professionnels quotidiens afin de prévenir ou de réduire les risques d'entorse au droit de la concurrence pour vous et Aperam.

Ce document met en exergue deux concepts principaux : (a) l'interdiction des accords anticoncurrentiels et (b) l'abus de position dominante. Il fournit également un ensemble de bonnes pratiques concernant les informations sensibles.

Aperam s'engage à mener une concurrence vigoureuse mais loyale et à respecter toutes les lois sur la concurrence dans tous les pays où le Groupe Aperam est présent ou représenté. **Plus précisément, Aperam a pour politique de prendre ses propres décisions commerciales sur la base de ce qui est dans le meilleur intérêt de la société, de manière totalement indépendante et libre de tout arrangement ou accord avec un concurrent et dans le respect des lois de la concurrence.**

Un accord ou un contrat enfreint le droit de la concurrence s'il empêche, restreint ou fausse la concurrence. Les accords entre deux ou plusieurs concurrents soulèvent le plus souvent des risques importants en matière de droit de la concurrence, mais des accords avec des fournisseurs, des distributeurs ou des clients peuvent également enfreindre le droit de la concurrence. De même, les accords entre les parties à une entreprise commune ("*joint-venture*"), un accord de recherche et de développement, ou un accord entre Aperam et les sociétés dans lesquelles Aperam détient des participations minoritaires, sont également sensibles.

La violation du droit européen, américain et/ou national de la concurrence peut entraîner des sanctions pénales et civiles importantes pour Aperam comme pour les individus, y compris des peines de prison pour les individus, et pourrait également nuire gravement à la réputation d'Aperam. Dans certains cas, plusieurs juridictions peuvent être impliquées.

Il est de la responsabilité de chaque dirigeant, responsable et employé d'Aperam de comprendre ces règles, et de demander de l'aide à l'équipe Légale & Gouvernance si et quand il y a une question ou un doute sur ce que sont les règles, ou sur la façon dont elles sont appliquées dans une situation donnée. Aucun dirigeant, responsable ou employé, quelle que soit sa position, n'est autorisé à s'écarter de la politique d'Aperam ou à tolérer un écart de la part de quelqu'un d'autre. Le strict respect de cette politique est attendu de chacun de nous. 'Aperam prendra les mesures disciplinaires appropriées à l'égard de toute personne qui la violerait.

En cas de doute sur la conformité d'une pratique au droit de la concurrence, il convient de consulter l'équipe Légale & Gouvernance.<sup>1</sup>

## 2. Accords horizontaux - cartels et relations avec les concurrents

### 2.1 Principe et définitions

**Principe :** Les accords entre concurrents sont par nature anticoncurrentiels et sont interdits.

**Les accords, arrangements et engagements** sont définis de manière très large et couvrent non seulement les contrats écrits formels, mais aussi les accords oraux, les "gentlemen's agreements", les arrangements informels et les "engagements" entre les parties même lorsque celles-ci ne parviennent pas à s'entendre sur tous les éléments de l'arrangement. Les décisions des associations professionnelles sont également comprises dans la définition. Dans certains cas, même un seul échange d'informations sensibles peut être interdit.

**Un cartel** est une entente entre concurrents visant à réduire ou à éliminer la concurrence. Cela inclut

---

<sup>1</sup> Veuillez noter que cette politique ne traite pas des règles spécifiques applicables aux fusions et acquisitions, aux coentreprises, aux licences de propriété intellectuelle ou aux aides d'État. Par conséquent, l'équipe Légale & Gouvernance doit être contactée pour toutes les questions relatives à ces sujets.

mais ne se limite pas à tout accord avec des concurrents pour partager ou répartir des marchés, des territoires ou des clients.

**Un concurrent** est une société qui offre des produits ou des services: (a) qui sont en concurrence avec directe ou indirect avec ceux du portefeuille actuel d'Aperam ; ou (b) que la société serait en mesure de mettre sur le marché dans un délai raisonnablement court et qui seraient en concurrence directe ou indirecte avec le portefeuille d'Aperam, ou (c) qui seraient en concurrence directe ou indirecte avec des produits ou des services qu'Aperam serait en mesure de mettre sur le marché dans un délai raisonnablement court dans un marché géographique donné (local, national, régional ou mondial, en fonction du type de produits/services).

Les clients et les fournisseurs d'Aperam peuvent également être considérés comme des concurrents.

**Informations sensibles** : il s'agit d'informations susceptibles d'influencer la stratégie des concurrents. Le critère essentiel est de savoir si les informations fournies "réduisent l'incertitude stratégique", ce qui pourrait avoir pour effet de réduire ou d'éliminer la rivalité commerciale.

Voici quelques exemples d'informations sensibles du point de vue de la concurrence:

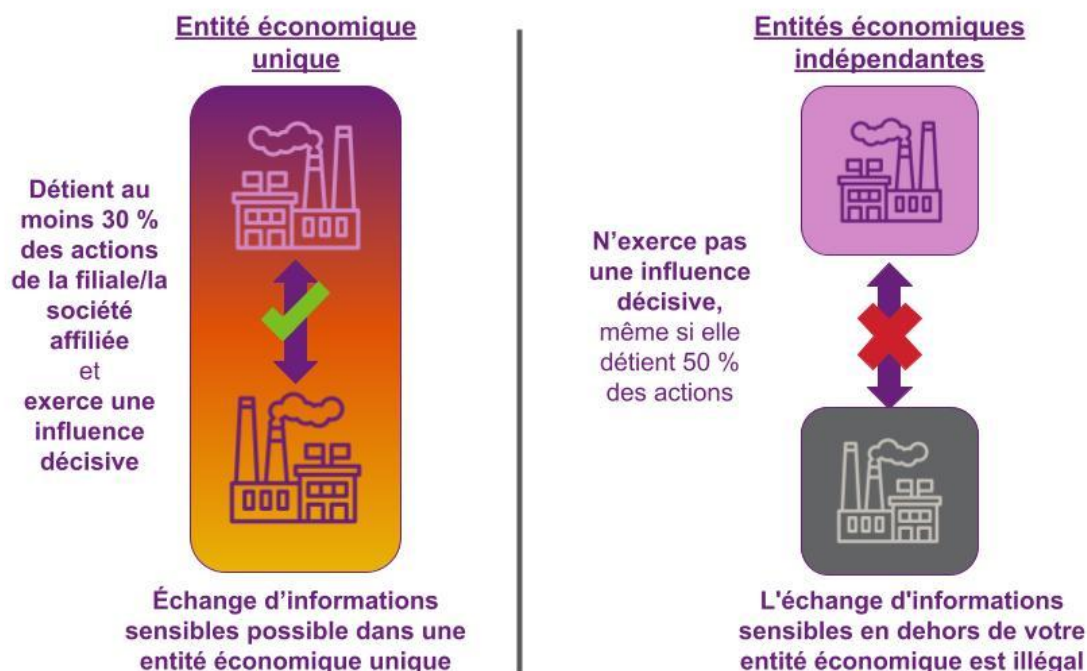
- les listes actuelles des clients/fournisseurs ou de prix ; les prix proposés, les modifications de prix et les initiatives en matière de prix (par exemple, les remises, les conditions de crédit, etc ;) ;
- les coûts des intrants ou chiffres de production actuels ; marges et coûts ;
- les niveaux des stocks ou des ventes ; parts de marché actuelles ou chiffre d'affaires ;
- les chiffres de capacité de production; investissements actuels et proposés ; chiffres de production individuelle ;
- les programmes R&D ou d'innovation technologique.

*L'annexe 1 contient une liste d'exemples d'informations sensibles.*

**Entité économique unique** : Une filiale ou une société affiliée forme une entité économique unique avec sa société mère si cette dernière exerce une influence décisive (c'est-à-dire que la société mère peut déterminer la stratégie de la filiale en décidant ou en opposant son veto à des décisions sur des sujets clés tels que la tarification, les marges, le marketing) sur la première.

Cela se produit généralement lorsque

- (i) une société mère détient 100 % (ou environ) des actions ou des droits de vote de la filiale ; ou
- (ii) une société mère détient au moins 50 % des actions de la filiale ou la société affiliée et exerce une influence décisive sur la stratégie de la filiale (par exemple, détermination des prix ou les marges) ; ou
- (iii) dans certaines circonstances, une société mère détient moins de 50 % des actions de la filiale ou la société affiliée et exerce une influence décisive sur la stratégie de la filiale, notamment par l'utilisation de droits de veto sur le plan d'affaires, les investissements, la nomination des cadres supérieurs et le budget de la filiale.



Icône d'usine conçue par [Freepik](#)

### Par exemple

- A. Aperam Stainless Services and Solutions Brazil est **directement** détenue à 100% par Aperam South America (Brésil), et Aperam South America exerce une influence décisive sur Aperam Stainless Services and Solutions Brazil, ce qui fait d'elles, une entité économique unique.
- B. ELG Utica Alloys Ltd. (Royaume-Uni) et Aperam Alloys Imphy (France) sont **indirectement** détenues à 100 % par Aperam SA (Luxembourg), et Aperam SA (Luxembourg) exerce une influence décisive sur ELG Utica Alloys Ltd. (Royaume-Uni) et Aperam Alloys Imphy (France), ce qui fait d'elles, une seule entité économique.

**=> Les règles du droit de la concurrence ne s'appliquent pas, en principe, aux transactions et aux échanges entre des entités qui appartiennent au même groupe de sociétés, c'est-à-dire Aperam, car elles constituent, ensemble, une entité économique unique.**

### 2.2. Cartels

Le groupe Aperam a des concurrents sur chacun des marchés où il est actif et doit faire preuve d'une extrême prudence dans tout échange et toute transaction avec ces derniers.

Les accords (cf. définition) entre concurrents sont considérés comme illégaux, indépendamment de toute considération de justification ou de gains d'efficacité. Ces accords sont des infractions graves au droit de la concurrence et sont punis des sanctions les plus sévères, y compris, dans certains pays, la de sanctions pénales.

Les pressions économiques communes subies par tous les concurrents d'un même marché constituent un facteur de risque anti-concurrentiel accru, qui se traduit souvent par l'adoption de comportements parallèles sur le marché. Bien que ces comportements parallèles puissent être tout à fait légaux, ils attirent l'attention des autorités de la concurrence et peuvent donner lieu à une enquête, en particulier lorsque des preuves de communications et de contacts entre et parmi les concurrents sont établis. Par conséquent, il est de la plus haute importance d'éviter tout contact avec les concurrents qui pourrait permettre de déduire ou d'alléguer une collusion. Tout contact avec des concurrents que vous pourriez avoir pour des raisons légitimes doit toujours être mené comme s'il était à tout moment au vu et au su de tous, afin que personne ne puisse remettre en question l'intention ou le résultat d'un tel contact avec des concurrents.

Les accords de joint-venture avec des concurrents peuvent produire des gains d'efficacité utiles, mais peuvent également restreindre la concurrence. Vous devez toujours consulter l'équipe Légale & Gouvernance avant de conclure un tel accord.

Les exemples de cartel suivants représentent le plus grand risque pour Aperam en matière de droit de la concurrence. Cette liste n'est toutefois pas exhaustive : toute pratique qui restreint la concurrence sur un marché pertinent est interdite.

### 2.2.1 Accords sur la fixation des prix

Vous ne devez pas vous entendre avec des concurrents pour fixer le prix d'un produit. Peu importe que l'accord porte sur une augmentation ou une diminution du prix. Cela inclut de nombreux types d'arrangements, y compris des accords avec un concurrent sur le montant de n'importe quel élément du prix (par exemple, un surcoût énergétique), des conditions commerciales harmonisées (frais de transport, paiements pour des services supplémentaires, conditions de crédit ou conditions de garantie) et des fourchettes de prix de toute nature.

### 2.2.2 Accords visant le partage du marché

Vous ne devez pas accepter de partager des marchés avec des concurrents. Par exemple, vous ne pouvez pas accepter de ne pas exporter des produits vers le marché national d'un concurrent, ou vers un marché territorial ou un client particulier; accepter de se répartir certains clients ou certains types de produits ; ou accepter de ne pas se faire concurrence.

### 2.2.3 Accord limitant les activités

Vous ne devez pas accepter de limiter le nombre de produits qu'Aperam ou ses concurrents peuvent vendre ou essayer de vendre (un quota de vente).

Aperam ne doit pas s'accorder avec des concurrents pour refuser de fournir des clients, d'acheter à des fournisseurs, d'approvisionner des entreprises qui prévoient de devenir des concurrents (boycott collectif) ou empêcher de toute autre manière les (nouveaux) concurrents d'entrer sur le marché.

**Les accords visant à limiter la production sont généralement conclus dans le cadre d'un cartel plus large destiné à maintenir les prix à un niveau élevé. Vous ne devez pas accepter :**

- d'adopter des quotas de production ou de vente pour limiter l'offre sur le marché;
- de ne pas construire de nouvelles capacités de production ou de ne pas réduire les capacités existantes;
- de ne pas fournir certains produits ou services.

### 2.2.4 Trucage des appels d'offres ("*bid-rigging*")

Vous ne devez pas accepter de limiter la concurrence dans les appels d'offres. Cela inclut

- **Suppression de l'offre** : Accord pour s'abstenir de soumettre une offre afin que l'offre de l'adjudicataire convenu soit acceptée.
- **Soumission d'une offre supplémentaire** : Accord pour soumettre des offres trop élevées pour être acceptées, donnant l'apparence d'un véritable appel d'offres, car plusieurs offres ont été soumises.
- **Rotation de l'offre** : Accord pour être alternativement le moins-disant (et par conséquent le mieux-offrant).
- **Sous-traitance** : Accord de non-présentation d'une offre ou d'une offre "complémentaire" en échange de l'attribution d'un contrat de sous-traitance par l'adjudicataire.

### 2.2.5 Concurrence pour les salariés

Un certain nombre de pratiques d'embauche ou de ressources humaines peuvent également soulever des problèmes de concurrence. Les accords qui peuvent constituer des restrictions illégales de la concurrence et qui sont de plus en plus souvent poursuivis par les autorités sont les suivants :

- **Accords de non-prédation** : accord conclu avec une ou plusieurs personnes d'une autre entreprise pour refuser de solliciter ou d'embaucher les employés de cette autre entreprise.

- **Accords de fixation des salaires** : accords conclus avec une ou plusieurs personnes d'une autre entreprise concernant le salaire d'un employé ou d'autres conditions de rémunération.

Rappelez-vous qu'un tel comportement est à risque, même si les accords sont conclus avec des sociétés qui n'ont pas le même cœur de métier qu'Aperam (par exemple, en concluant ce type d'accord avec un sous-traitant).

## 2.2.6 Résumé des accords horizontaux - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire

| A faire                                                                                                                                                                                                                                             | A ne pas faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Prendre</b> des décisions indépendantes en matière de prix, de stratégie, de clients et de fournisseurs.</p> <p><b>Être prudent</b> lorsque vous faites des annonces publiques concernant les prix et la stratégie futurs.</p>                | <p><b>NE PAS</b> accepter de combiner ou d'aligner les prix, les remises ou la répercussion des coûts.</p> <p><b>NE PAS</b> fixer ou tenter de fixer le prix auquel un client peut revendre les produits d'Aperam.</p> <p><b>NE PAS</b> restreindre où, ou à qui, un client peut revendre les produits d'Aperam.</p> <p><b>NE PAS</b> fixer, avec un concurrent, un prix minimum au-dessous duquel les prix ne peuvent être réduits, ni convenir d'augmenter les prix d'un certain montant ou d'un certain pourcentage.</p> <p><b>NE PAS</b> établir avec un concurrent une fourchette en dehors de laquelle les prix ne doivent pas bouger.</p>                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><b>FAIRE</b> preuve d'une concurrence vigoureuse et indépendante pour obtenir des clients nouveaux et existants.</p>                                                                                                                             | <p><b>NE PAS</b> discuter ou échanger des informations sensibles avec des concurrents (potentiels) ni fixer/convenir de conditions commerciales.</p> <p><b>NE PAS</b> se mettre d'accord avec un concurrent sur le montant d'un élément du prix (par exemple, les suppléments de prix ou les surcharges).</p> <p><b>NE PAS</b> discuter ou se mettre d'accord sur des offres avec des concurrents.</p> <p><b>NE PAS</b> discuter ou s'entendre avec les concurrents pour</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• limiter la production ou la capacité de production ou retirer les stocks du marché ;</li> <li>• de partager ou d'attribuer des clients, des marchés et/ou des territoires de vente.</li> </ul> <p><b>NE PAS</b> convenir de conditions commerciales harmonisées (frais de transport, paiement de services supplémentaires, conditions de crédit ou de garantie) avec un concurrent.</p> |
| <p><b>OBTENIR</b> l'autorisation de l'équipe Légale &amp; Gouvernance avant toute opération ou projet commun avec des concurrents ou avant de s'engager dans une fusion, une acquisition, une coentreprise ou toute autre forme de partenariat.</p> | <p><b>NE PAS</b> conclure d'accords en vue de</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• diviser les marchés et/ou répartissent les clients</li> <li>• boycotter un client, un fournisseur ou un autre concurrent,</li> <li>• orienter les activités de R&amp;D et le calendrier des innovations.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|  |                                                                                                                                                                        |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>NE PAS</b> se plaindre auprès d'un concurrent et tenter de l'influencer de quelque manière que ce soit pour qu'il ne licencie pas les employés de votre entreprise. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **2.3. Contacts avec les concurrents et transmission ou réception d'informations sensibles (échange d'informations)**

Les informations sensibles sont des informations susceptibles d'influencer la stratégie des concurrents. Vous ne devez en aucun cas échanger des informations sensibles avec des concurrents réels ou potentiels.

Cela inclut le fait de transmettre de telles informations ou de les recevoir, ou les deux, ainsi que les informations échangées indirectement, par exemple par l'intermédiaire d'un tiers (y compris un client), d'une association commerciale ou d'un service de secrétariat d'entreprise qui recueille, rassemble et redistribue des informations sensibles, à partir desquelles le comportement de producteurs individuels peut être identifié. De même, vous ne devez pas transmettre ou recevoir d'informations sensibles dans le cadre d'un accord de distribution ou d'une *joint-venture* avec des fournisseurs concurrents.

Il n'est pas nécessaire qu'il y ait réciprocité dans l'échange pour que la pratique soit interdite, c'est-à-dire que la transmission d'informations par une partie à un concurrent suffit à qualifier un comportement d'illégal.

Du point de vue de la législation antitrust, le forum et les moyens par lesquels les informations sont échangées ne sont pas pertinents.

Le transfert de technologie et certains autres types de coopération avec des concurrents ou des concurrents potentiels (par exemple, dans le cadre d'accords de recherche et de développement) peuvent être exemptés en fonction des circonstances. Vous ne devez pas transmettre d'informations de quelque nature que ce soit à des concurrents sans avoir pris au préalable l'avis de l'équipe Légale & Gouvernance.

*Pour améliorer vos connaissances sur la manière de traiter les informations sensibles, veuillez consulter la formation disponible sur [MyHR](#).*

#### **2.3.1 Exemples spécifiques**

##### **2.3.1.a. Contacts individuels**

Évitez complètement les conversations individuelles avec les concurrents si vous le pouvez, et ne discutez ou ne divulguez en aucun cas des informations sensibles (telles que définies ci-dessus) avec un concurrent. Si, au cours d'une conversation, votre concurrent cherche à discuter d'informations sensibles, telles que, mais sans s'y limiter, les prix actuels ou les projets de prix futurs, ou tout élément de prix, ou tout élément de stratégie relatif aux prix et/ou à la politique commerciale, vous devez refuser d'aborder ce sujet.

Si une telle interaction se produit, informez immédiatement votre direction et l'équipe Légale & Gouvernance.

##### **2.3.1.b. Échanges et réunions avec les concurrents**

De temps en temps, il peut y avoir des occasions où Aperam rencontrera des concurrents pour des raisons commerciales légitimes, par exemple une *due diligence* dans le cadre d'un projet de création de joint-venture ou de fusions et d'acquisitions; des négociation d'accords d'approvisionnement ou d'accords de recherche et de développement.

Pour les échanges et réunions dans le cadre des associations professionnelles, voir le point 2.4.

Toutes les politiques et lignes directrices énoncées en ce qui concerne les contacts individuels avec les concurrents (point 2.3.1.a) doivent être suivies à la lettre en ce qui concerne les échanges et les réunions avec les concurrents (point 2.3.1.b).

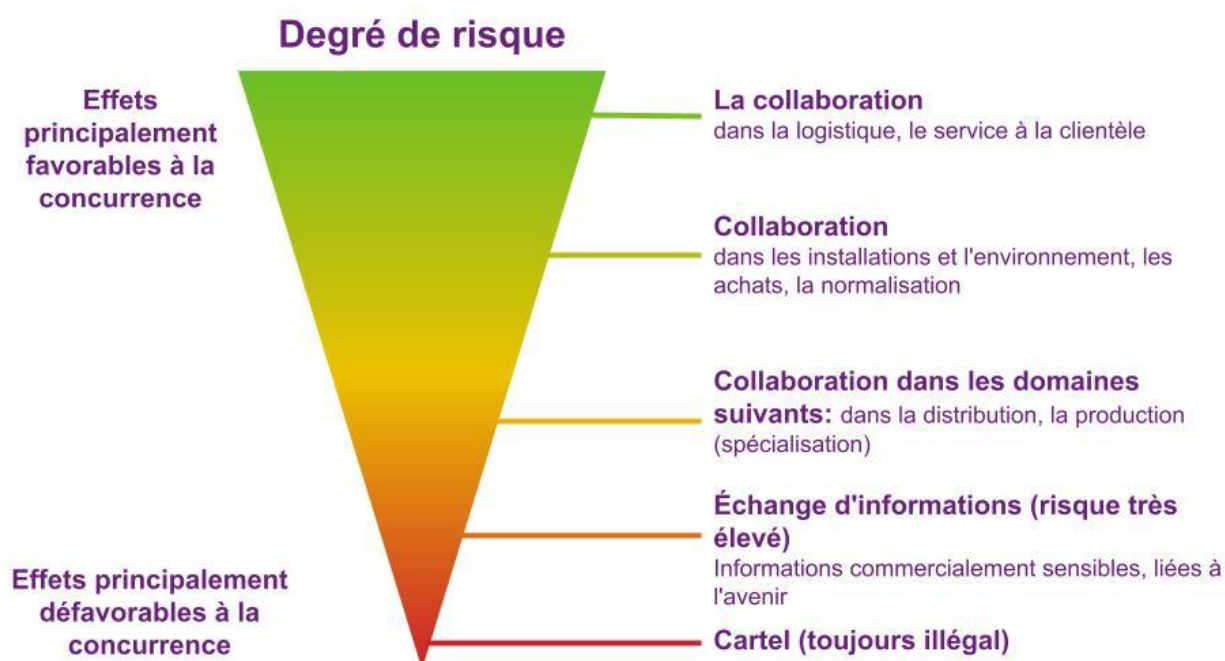
En particulier, il faut veiller à ne pas transmettre ou recevoir d'informations sensibles dans le cadre de

vente, de prestation de services à façon, de recherche et de développement ou de partenariats avec des concurrents.

Des lignes directrices appropriées doivent être mises en place au cas par cas, et les principes suivants doivent être respectés:

- limiter les flux d'informations transmises/ reçues au strict nécessaire pour l'exécution du projet;;
- veiller à ce que les représentants commerciaux impliqués dans la commercialisation et la distribution de produits concurrents (y compris les administrateurs siégeant dans plusieurs conseils d'administration) ne voient pas et n'utilisent pas d'informations sensibles concernant des produits de tiers et ne discutent pas d'autres sujets que l'accord lui-même.

Veillez à discuter en amont, avec l'équipe Légale & Gouvernance des procédures appropriées à suivre dans chaque cas.



#### 2.3.1.c. Analyse comparative ("*benchmarking*")

Le benchmarking par l'échange d'informations avec les concurrents d'Aperam n'est en principe JAMAIS autorisé, à l'exception du benchmarking effectué par l'intermédiaire d'un consultant externe. Même dans ce dernier cas, des règles très strictes s'appliquent. Vous devez contacter l'équipe Légale & Gouvernance avant de vous engager dans un exercice de benchmarking.

#### 2.3.1.d. Intelligence économique

Vous ne pouvez obtenir des informations sur le marché qu'à partir de sources indépendantes (et non via des concurrents), telles que des publications, y compris des rapports commerciaux, etc. Même si ces sources ne vous donnent pas autant d'informations que vous le souhaitez ou que vous en avez besoin, vous ne devez JAMAIS vous adresser à vos concurrents pour obtenir de telles informations.

De même, vous ne devez pas encourager les clients ou les fournisseurs à vous communiquer les prix de leurs concurrents ou des informations sur leur politique commerciale. Si un client ou un fournisseur vous fournit de telles informations, signalez-le à votre supérieur hiérarchique et conservez une trace écrite de la source de ces informations et des circonstances dans lesquelles elles vous ont été fournies.

#### 2.3.2 Résumé des contacts avec les concurrents - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire

| A faire | A ne pas faire |
|---------|----------------|
|---------|----------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ÉVITER</b> de communiquer et d'utiliser des expressions qui suggèrent la collusion.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>NE PAS</b> communiquer avec les concurrents sauf en cas de nécessité (par exemple, réunion d'une association professionnelle OU accord commercial en cours avec un concurrent, tel que fournitures, péage, ventes, etc.)</p> <p><b>NE PAS</b> déclarer ou impliquer un quelconque niveau de coopération dans la communication, comme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Selon nous, les prix vont augmenter.”</li> <li>• “Si nous augmentons les prix, d'autres suivront.”</li> <li>• “Tous les acteurs du secteur s'accordent à dire que l'augmentation des coûts des matières premières se traduira par une hausse des prix.”</li> </ul>                                                                                                                                                         |
| <p><b>APPLIQUER</b> les règles de base pour l'échange d'informations entre concurrents. Veillez à ce que l'exercice soit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• limité à ce qui est nécessaire dans le cadre prédéfini de l'analyse comparative (qui doit être établie avec soin dans le respect du droit de la concurrence).</li> <li>• volontaire et encadré par un accord de confidentialité ("NDA").</li> <li>• sur la base d'orientations écrites et de processus élaborés à l'avance ; et</li> <li>• par écrit (éviter les réunions en face à face).</li> </ul> <p>S'opposer à ce que les conditions de concurrence ou la stratégie commerciale soient discutées.</p> | <p><b>NE PAS</b> échanger d'informations sensibles. Si des informations sensibles du point de vue de la concurrence sont partagées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interrompez la conversation et indiquez que cette question ne doit pas être discutée entre les participants.</li> <li>• Prenez explicitement vos distances et insistez sur l'inclusion dans le procès-verbal de la réunion.</li> <li>• Quittez la réunion immédiatement.</li> <li>• Informez votre supérieur hiérarchique et l'équipe Légale &amp; Gouvernance.</li> </ul> <p>Si vous recevez une communication problématique de la part d'un concurrent, ne l'ignorez pas. Parlez-en à votre supérieur ou à l'équipe Légale &amp; Gouvernance afin qu'il soit pris note de la manière dont l'entreprise a traité la question.</p> |
| <p><b>ÉVITER</b> d'utiliser des termes douteux et peu clairs et préférer des expressions telles que</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Strictement confidentiel."</li> <li>• "A traiter de manière confidentielle au sein de l'entreprise."</li> <li>• "La transmission est interdite."</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>NE PAS</b> encourager le secret et <b>NE PAS</b> utiliser d'expressions suspectes telles que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "À détruire après lecture."</li> <li>• "Aucun document n'est conservé à ce sujet."</li> <li>• "Off the record" ou "non officiel."</li> <li>• "Cet accord peut être illégal, discrétion requise."</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>REFUSER</b> les tentatives d'autres entreprises de partager avec vous des informations sensibles et notamment des informations relatives à la rémunération et aux avantages sociaux.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p><b>NE PAS</b> envoyer à d'autres entreprises, et se mettre en position d'en recevoir d'elles, des informations concernant les questions liées à la rémunération et aux avantages sociaux.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>PRENDRE</b> conseil auprès de l'équipe Légale &amp; Gouvernance si vous envisagez de participer à un tel benchmark.</p> <p>En cas de <i>benchmarking</i> direct entre deux ou plusieurs parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• préparer un compte rendu clair : (i) des informations échangées entre les parties ; (ii) des réunions et des discussions (procès-verbaux) ; et (iii) des circonstances des échanges (dans</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                           | <p><b>NE PAS</b> échanger de données récentes, de projets en cours, de prévisions ou d'autres informations concernant les intentions commerciales futures ainsi que les prix de marché individualisés récents, actuels et futurs et/ou d'autres conditions de vente, les plans d'augmentation/diminution/maintien de la capacité ou de la production, les coûts, les positions et stratégies sur le marché, les clients spécifiques.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>le cadre du <i>benchmarking</i>).</li> <li>mettre en place des mécanismes et des procédures appropriés pour éviter les échanges interdits.</li> <li>n'impliquent que des informations techniques ou non liées au marché ou à la stratégie (par exemple, la santé et la sécurité ou l'environnement).</li> <li>veiller à ce que seules les informations strictement nécessaires soient diffusées et qu'elles le soient avec prudence.</li> </ul> <p>Dans la mesure du possible, l'évaluation comparative doit être confiée à un consultant externe (ou à une association professionnelle) qui servira de boîte noire et stockera les informations de manière appropriée. Lorsqu'il est envisagé de procéder à une évaluation comparative sur la base d'informations récentes, il convient de faire appel à un consultant externe.</p> | <p><b>NE PAS</b> discuter d'actions qui pourraient conduire à ou impliquer un intérêt dans la restriction du commerce/de la concurrence.</p> <p><b>NE PAS</b> discuter des résultats de l'exercice d'étalonnage ou des conclusions communes entre les concurrents - Aperam doit décider unilatéralement de la manière d'utiliser les informations et les conclusions reçues à la suite d'un exercice d'étalonnage et d'y donner suite.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>CONSERVER</b> une trace de la source, de la date et des circonstances dans lesquelles un client et/ou un fournisseur transmet occasionnellement des informations à des concurrents (y compris à l'entreprise commune ou à toute société du groupe mère).</p> <p><b>RECUEILLIR</b> les informations concurrentielles accessibles au public, c'est-à-dire les études de marché, les rapports annuels, les communiqués de presse, les journaux, les études et les rapports publiés, les annonces de recrutement.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p><b>NE PAS</b> demander ce type d'informations à des concurrents ou à des agents/représentants commerciaux communs qui servent à la fois Aperam et des concurrents.</p> <p><b>NE PAS</b> obliger vos clients à vous fournir les conditions commerciales de vos concurrents (par exemple, le prix), sauf si cela est justifié dans la juridiction concernée pour répondre à des offres de prix inférieures de la part de ces concurrents.</p> <p>Si vous recevez ce type d'informations directement d'un concurrent, refusez-les et indiquez clairement que vous n'avez pas demandé ces informations et que vous ne souhaitez pas les recevoir à l'avenir. Contactez l'équipe Légale &amp; Gouvernance dès la première occasion.</p> |

## 2.4 Associations professionnelles

Pour plus d'informations sur ce sujet, veuillez vous référer à notre documentation complémentaire, qui se trouve à l'annexe 2, [Lignes directrices sur l'adhésion et la participation aux associations commerciales \(version en anglais\)](#), et à l'annexe 3, [Synthèse juridique consacrée aux associations commerciales et aux foires commerciales \(version en anglais\)](#).

Les associations professionnelles remplissent des fonctions utiles et légitimes et peuvent être composées par les membres d'une industrie dans des circonstances appropriées. Toutefois, les réunions d'associations professionnelles sont l'occasion de rencontres formelles et informelles entre concurrents et, par conséquent, exposent chaque personne et entreprise présente au risque d'une présomption de collusion ou d'un échange d'informations illégal.

En conséquence, les employés d'Aperam ne sont pas autorisés à adhérer à une association professionnelle à moins que la direction n'ait déterminé que l'association serve un objectif important et approprié et n'ait approuvé la demande d'adhésion. En cas de doute, l'équipe Légale & Gouvernance doit être consultée.

L'adhésion à des associations professionnelles est contrôlée sur une base annuelle et doit être approuvée par votre supérieur hiérarchique avant toute adhésion. Lors de la participation à des réunions d'associations professionnelles, outre les principes énoncés aux annexes 2 et 3, les lignes directrices énoncées ci-dessus au point 2.3 concernant les contacts avec les concurrents doivent être strictement

respectées.

Avant d'adhérer ou d'assister à leur première réunion de l'association professionnelle, les employés d'Aperam doivent suivre une formation obligatoire disponible sur [MyHR](#).

#### 2.4.1 Résumé sur les associations professionnelles - à faire et à ne pas faire

| A faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | A ne pas faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>SUIVRE</b> la formation obligatoire sur les associations professionnelles, disponible sur MyHR, avant d'assister à votre première réunion.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>NE PAS</b> adhérer à une association professionnelle sans l'accord préalable de votre supérieur hiérarchique et de l'équipe Légale &amp; Gouvernance.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>S'ASSURER</b> que l'association professionnelle dispose d'une politique de conformité en matière de concurrence et qu'elle est respectée.</p> <p><b>LIRE</b> l'ordre du jour de la réunion avant d'y assister et s'assurer que tous les points sont des sujets de discussion légitimes et conformes à l'ordre du jour de la réunion.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><b>NE PAS</b> conclure d'accords restrictifs dans le cadre de l'initiative sectorielle. Cela inclut les accords avec les concurrents (liste non exhaustive) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• le prix que vous avez l'intention de facturer.</li><li>• les marchés géographiques ou les détaillants/clients sur lesquels vous avez l'intention de vous concentrer.</li><li>• l'opportunité de traiter avec un tiers particulier, ou</li><li>• comment (ou si) vous allez enchérir.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>VEILLER</b> à ce que les informations échangées soient :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• historiques (c'est-à-dire datant d'au moins un an) ; et / ou</li><li>• fortement agrégées - soyez prudents lorsque vous qualifiez des informations de fortement agrégées (par exemple, il doit y avoir des données provenant d'un minimum de cinq participants différents sur un marché particulier et, en tout état de cause, il est essentiel de s'assurer qu'aucune rétro-ingénierie d'informations sensibles n'est possible).</li></ul> <p>Les thèmes suivants peuvent être abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• des initiatives législatives aux niveaux local, étatique, national ou supranational.</li><li>• les initiatives de relations publiques ou de lobbying liées à l'industrie (par exemple, les préoccupations relatives aux produits/services, l'image de l'industrie).</li><li>• les questions techniques non confidentielles concernant l'industrie, telles que les normes de santé et de sécurité.</li><li>• la technologie en général, comme les caractéristiques et l'adéquation d'une technologie particulière (mais pas l'adoption de solutions technologiques spécifiques par une entreprise particulière).</li></ul> | <p><b>NE PAS</b> échanger d'informations sensibles avec des concurrents lors de la réunion sectorielle.</p> <p>Il s'agit notamment (sans que cette liste soit exhaustive)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• des prix, des marges et des remises actuelles ou futures ou toute autre information sur les prix et les coûts.</li><li>• des conditions commerciales essentielles des accords de coentreprise.</li><li>• des plans d'investissement/développement ou des appels d'offres/projets de pipelines non annoncés.</li><li>• d'autres stratégies commerciales ou de marketing ;</li><li>• d'une communication sur le respect de l'environnement qui pourrait être considérée comme un avantage concurrentiel. ou</li><li>• des mesures de mise en œuvre prises pour garantir que nos produits répondent aux nouvelles obligations réglementaires et aux nouveaux délais.</li></ul> |
| <p><b>VEILLER</b> à ce qu'un secrétaire de séance soit désigné, qu'il soit en charge de rédiger le</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p><b>NE PAS</b> discuter de sujets ad hoc qui ne figurent pas à l'ordre du jour ou s'engager dans</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| procès-verbal de la réunion et à ce que ce dernier soit distribué après la réunion pour être adopté par les participants.                  | des discussions "officieuses".                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>CONTACTER</b> l'équipe Légale & Gouvernance, en cas de doute sur la conformité au droit de la concurrence d'un sujet ou une discussion. | <b>NE PAS</b> hésiter à dire que vous pensez qu'un sujet pourrait soulever un risque en matière de droit de la concurrence et que la discussion devrait être interrompue jusqu'à ce qu'un avis juridique ait été demandé. Si la discussion se poursuit, faites inscrire votre objection au procès-verbal et quittez la réunion. |

### 3. Accords verticaux - accords avec les clients et les fournisseurs

#### 3.1 Principe et définitions

**Principe :** Les accords entre clients et fournisseurs dépassant une certaine valeur et comportant des restrictions caractérisées (telles que définies ci-dessous) peuvent avoir de graves effets anticoncurrentiels et sont par conséquent interdits.

Lorsqu'un client ou un fournisseur propose des accords de cette nature (tels que détaillés ci-dessous), vous devez immédiatement consulter l'équipe Légale & Gouvernance. Aperam ne doit proposer de tels accords qu'avec l'approbation de l'équipe Légale & Gouvernance. En outre, les accords d'achat et/ou de vente conjoints peuvent affecter la concurrence et ne doivent JAMAIS être conclus sans consultation préalable de l'équipe Légale & Gouvernance.

**Les restrictions caractérisées** sont des restrictions sévères, qui sont susceptibles de restreindre la concurrence et de nuire aux consommateurs ou qui ne sont pas indispensables à la réalisation d'effets d'amélioration de l'efficacité.

**Un accord vertical** est un accord ou un arrangement entre deux ou plusieurs entreprises opérant à différents niveaux de la chaîne de production ou de création de valeur plutôt qu'un accord entre concurrents, par exemple des accords de distribution ou d'agence pour la vente de produits, des contrats d'achat de services industriels ou de matières premières.

#### 3.2. Restrictions caractérisées

Les accords suivants conclus avec des clients ou des fournisseurs sont susceptibles d'être illégaux :

- Définir les politiques de prix de votre client (par exemple, le maintien du prix de revente, ou lorsque les prix de revente recommandés sont appliqués par des sanctions).
- Le cloisonnement du marché par territoire de vente (par exemple, restrictions à l'export ou spécification du lieu de revente) ou par client (accords d'exclusivité excessifs/à long terme, statut de fournisseur unique, etc.)
- Interdiction des ventes passives en dehors d'un territoire de vente attribué à un commerçant ou à un revendeur.
- Interdiction de vendre des produits concurrents imposée à un commerçant ou à un distributeur, sauf dans certaines circonstances.
- Clause de "meilleur faveur" (accord permettant à un acheteur d'obtenir le meilleur prix possible pour des biens ou des services de la part d'un vendeur en exigeant de ce dernier qu'il lui fournisse le prix le plus bas parmi tous les acheteurs sur ce marché).
- Clauses "d'exécution ou de renonciation" (accord entre un fournisseur et un client en vertu duquel, si le client se voit proposer un prix inférieur par un concurrent du fournisseur, le fournisseur fournira le produit au même prix (ou à un prix inférieur) ou le client pourra être libéré de l'accord conclu avec ledit fournisseur) ; ou
- Prix de revente imposés (imposition, directe ou indirecte, d'un prix fixe ou minimum ou d'un prix uniforme (prix plancher) à appliquer par l'acheteur lors de la revente d'un produit/service à ses clients).

### **3.3. Accords d'approvisionnement exclusif (qu'Aperam soit le fournisseur ou le client)**

Une clause d'exclusivité, ou clause de non-concurrence, est une clause qui oblige une partie à acheter ou à vendre (la totalité ou une grande partie - plus de 80 %) de son stock à un seul client. Cette clause peut poser problème si le client ou le fournisseur est en position dominante, car elle peut constituer un abus de position dominante ou un accord anticoncurrentiel.

Ces clauses ne sont autorisées que si l'accord est conclu pour une durée déterminée inférieure à cinq ans et que les deux parties détiennent une part de marché inférieure à 30 %. Si l'accord est automatiquement renouvelable, il s'agit d'une période indéterminée qui n'est pas autorisée.

N'acceptez pas de clause de non-concurrence d'une durée supérieure à cinq ans ou automatiquement renouvelable, à moins d'avoir consulté au préalable l'équipe Légale & Gouvernance.

Si le client ou le fournisseur occupe une position dominante sur le marché, des considérations distinctes s'imposent. Si vous pensez que c'est le cas, veuillez contacter l'équipe Légale & Gouvernance pour obtenir des conseils supplémentaires.

### **3.4. Distribution exclusive**

Un fournisseur peut désigner un distributeur pour un territoire géographique particulier ou un type de client particulier. Lorsqu'il désigne un distributeur pour ce territoire ou ce type de client, le fournisseur peut accepter :

- de ne désigner personne d'autre pour vendre sur ce territoire ou à ce type de client ; et
- ne pas vendre elle-même ses produits sur ce territoire ou à ce type de clients.

Il s'agit d'un accord de distribution exclusive. Par nature, il s'agit d'un accord restrictif, puisqu'il interdit aux autres distributeurs (et au fournisseur) de vendre librement des produits sur ce territoire ou à ces clients. Toutefois, si le fournisseur et le distributeur détiennent tous deux une part de marché inférieure à 30 % et que l'accord ne contient pas de restrictions caractérisées, l'accord est susceptible d'être autorisé. Lorsque les parts de marché sont plus élevées, toute autre restriction contenue dans l'accord doit être évaluée individuellement en fonction de son impact potentiel sur la concurrence.

Un fournisseur ayant conclu un accord de distribution exclusive ne doit pas empêcher son distributeur de vendre des biens en réponse à des commandes non sollicitées émanant d'un client situé en dehors du territoire attribué au distributeur ou appartenant à un groupe de clients différent de celui qui lui a été attribué. Ce type de vente non sollicitée est connu sous le nom de "vente passive". Le fait de disposer d'un site web est généralement considéré comme une forme de vente passive.

### **3.5. Accords d'agence**

Les contrats d'agence, par nature, stipulent où l'agent peut vendre des biens ou des services, les clients auxquels il peut les vendre et les prix auxquels ils doivent être vendus. Dans un autre contexte, ces restrictions relèveraient probablement de l'interdiction des accords anticoncurrentiels. Néanmoins, en raison de la nature du rôle de l'agent, qui consiste à conclure un accord entre son mandant (par exemple, un fabricant ou un fournisseur) et ses clients, le contrat d'agence n'est pas considéré comme risqué.

Toutefois, la caractérisation en contrats d'agence répond à des critères stricts et ne s'appliquera pas si l'agent prend un quelconque élément de risque dans la transaction (par exemple, achat d'un stock-tampon de produits).

Enfin, les contrats d'agence peuvent aussi enfreindre les règles de concurrence s'ils conduisent à fermer le marché à la concurrence. C'est le cas, par exemple, lorsque le mandant est empêché de désigner un autre agent pour un territoire, un client ou un type de territoire (clauses d'exclusivité) ou lorsque l'agent est empêché d'agir en tant qu'agent ou distributeur pour des entreprises concurrentes du mandant, en particulier si ces clauses s'étendent au-delà de la durée du contrat d'agence.

La question de savoir si une telle restriction peut être justifiée doit faire l'objet d'une évaluation juridique minutieuse. Veuillez donc contacter l'équipe juridique et de gouvernance si vous êtes confronté à une telle situation.

### 3.6. Entente en étoile ("hub and spoke")

Un accord de type "hub and spoke" est défini comme tout échange indirect d'informations entre concurrents par le biais d'un intermédiaire opérant à un niveau différent en amont ou en aval, dans le but de restreindre la concurrence.

Ainsi, Aperam, en tant que fournisseur, doit être très prudent lorsqu'il s'agit de partager avec un autre client des informations sensibles qui lui ont été communiquées par un client. Par exemple, si un client informe Aperam qu'il va augmenter le prix de ses produits de manière générale, Aperam ne doit pas partager cette information avec un autre client. La transmission d'informations pourrait être considérée comme une pratique concertée tripartite entre Aperam, en tant que fournisseur, et ses deux clients, si elle entraîne une violation des règles de concurrence.

Similairement, Aperam doit s'assurer qu'elle n'est pas utilisée comme intermédiaire pour un échange d'informations entre ses fournisseurs. Si vous avez des inquiétudes concernant la conduite des fournisseurs, discutez-en avec l'équipe Légale & Gouvernance.

### 3.7. Résumé sur les accords verticaux - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire

| A faire                                                                                                                                                                                                                                                                  | A ne pas faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CONTACTER</b> l'équipe Légale & Gouvernance avant d'apporter des changements substantiels à la manière dont Aperam fait des affaires avec les fournisseurs ou les clients lorsqu'Aperam détient une part de marché importante (plus de 30%) sur le marché du produit. | <b>NE PAS</b> établir de discrimination entre les clients en ce qui concerne les conditions de vente de produits d'un niveau, d'une qualité et d'une quantité similaires.<br><br><b>NE PAS</b> fixer ou tenter de fixer le prix auquel un client peut revendre les produits d'Aperam.<br><br><b>NE PAS</b> restreindre où, ou à qui, un client peut revendre les produits d'Aperam.<br><br><b>NE PAS</b> offrir de remises de fidélité.<br><br><b>NE PAS</b> définir les politiques de prix de votre client (par exemple, le maintien des prix de revente, ou lorsque les prix de revente recommandés sont appliqués par des sanctions).<br><br><b>NE PAS</b> cloisonner le marché en fonction du territoire de vente (par exemple, restrictions à l'exportation ou spécification du lieu de revente) ou des clients (accords d'exclusivité excessifs/à long terme, statut de fournisseur unique, etc.)<br><br><b>NE PAS</b> interdire les ventes passives en dehors d'un territoire de vente attribué à un commerçant ou à un revendeur (commerce parallèle).<br><br><b>NE PAS</b> interdire la vente de produits concurrents imposés à un commerçant ou à un revendeur, sauf dans certaines circonstances.<br><br><b>NE PAS</b> utiliser les clauses de l'acheteur le plus favorisé (clause standard permettant à un acheteur d'obtenir le meilleur prix possible pour des biens ou des services de la part d'un vendeur en exigeant de ce dernier qu'il fournisse à l'acheteur le prix le plus bas parmi tous les acheteurs sur ce marché). |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>NE PAS</b> proposer des clauses de meilleur faveur ou de renonciation (accord entre un fournisseur et un client en vertu duquel, si le client se voit proposer un prix inférieur par un concurrent du fournisseur, le fournisseur fournira le produit au même prix (ou à un prix inférieur) ou le client pourra être libéré de l'accord conclu avec ledit fournisseur).</p> <p><b>NE PAS</b> s'engager dans l'imposition de prix de revente (l'imposition, directe ou indirecte, d'un prix fixe ou minimum ou d'un prix uniforme (prix plancher) à appliquer par l'acheteur lors de la revente d'un produit ou d'un service à ses clients).</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 4. Abus de position dominante

### 4.1 Principe et définitions

**Principe** : Une entreprise occupant une position dominante sur le marché (voir la définition ci-dessous) a la responsabilité de ne pas entraver la concurrence ou d'exclure des concurrents du marché.

La position dominante elle-même n'est pas interdite, seul l'abus de cette position dominante l'est. Les entreprises dominantes sont autorisées à participer sur le marché sur la base de la qualité de leurs produits et services. Toutefois, le droit de la concurrence impose une responsabilité particulière aux entreprises dominantes lorsqu'elles exercent leurs activités sur le marché. Ainsi, un comportement parfaitement légal pour une entreprise sans part de marché significative peut constituer un abus lorsqu'il est le fait d'une entreprise en position dominante. L'abus de position dominante consiste notamment à prendre des mesures pour empêcher le développement de la concurrence en excluant des concurrents réels ou potentiels, ainsi qu'à tirer parti d'une position de force sur le marché en imposant des conditions déloyales ou en pratiquant des prix excessifs.

**Conduite abusive** : Comportement qui : (i) ne peut s'expliquer par un comportement commercial habituel (c'est-à-dire un comportement "anormal" ou "déraisonnable") ; et (ii) affecte négativement / fausse la concurrence.

**Position dominante** : position de force économique qui permet à une entreprise d'empêcher une concurrence effective sur un marché donné et d'exercer son pouvoir au détriment de ses concurrents, de ses clients et, finalement, des consommateurs. Il y a monopole lorsqu'une entreprise a une position dominante sur le marché.

**La position dominante est présumée au-delà d'une part de marché de 50 %, bien que des preuves du contraire puissent la réfuter, et peut exister pour des parts de marché de l'ordre de 30 à 40 %.**

**Position dominante conjointe** : lorsque deux entreprises ou plus, ensemble, sont en mesure 1) de se comporter indépendamment de leurs concurrents, fournisseurs ou clients ; et 2) d'entraver le maintien d'une concurrence effective sur le marché.

Bien que la législation dans ce domaine soit loin d'être claire, les entreprises concernées doivent, au moins à certains égards, adopter une conduite commune ou aligner leur comportement sur les marchés en cause. Une position dominante conjointe peut apparaître sur des marchés où il est facile pour les entreprises de coordonner leurs prix et leurs autres comportements, par exemple sur des marchés où :

- il y a très peu de fournisseurs,
- les fournisseurs disposent d'informations les uns sur les autres, et
- les produits ou services sont similaires et facilement interchangeables.



## 4.2 Conduite abusive

Un comportement parfaitement légal pour une entreprise qui n'est pas en position dominante peut être illégal ("abusif") lorsqu'il est adopté par une entreprise en position dominante. Un comportement abusif peut notamment consister en ce qui suit :

### 4.2.1 Prix prédateurs

Il est interdit à un vendeur disposant d'une position dominante sur un marché de produits ou de services particulier de pratiquer des prix inférieurs au coût de revient à l'égard d'un concurrent dans l'intention de nuire, ou avec l'effet probable de nuire, à ce concurrent et/ou dans le but d'éliminer la concurrence sur ce marché particulier.

### 4.2.2 Sélection et rejet de clients ou de fournisseurs

Le refus de traiter avec un client ou un fournisseur potentiel ou existant peut être illégal si la partie qui refuse a une position dominante sur le marché du produit concerné.

### 4.2.3 Discrimination par les prix et autres différences de traitement entre clients et fournisseurs

Un vendeur qui dispose d'une position dominante sur un marché ne doit pas pratiquer de discrimination dans ses prix ou autres conditions de vente lorsqu'il traite avec des clients se trouvant dans une situation similaire et dans des conditions comparables. Ce n'est que s'il existe une justification objective pour les différentes conditions (par exemple, une remise à un distributeur fournissant un service spécial) que des prix ou des conditions différents peuvent être proposés aux clients d'une même classe ou d'une même catégorie. Les remises différenciées accordées par une entreprise dominante ne sont généralement pas autorisées.

### 4.2.4 Les ventes liées ("tie-ins") et les ventes groupées ("bundling") de gammes de produits

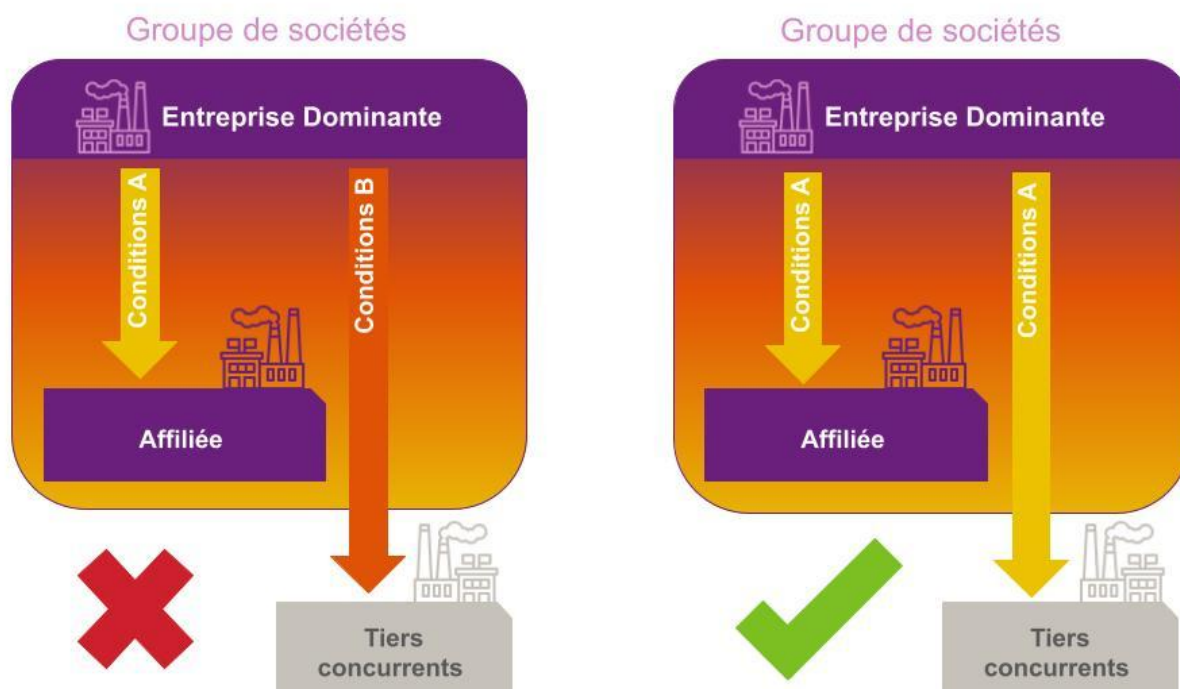
Un vendeur disposant d'une position dominante sur le marché d'un de ses produits ne peut PAS forcer ses clients à effectuer d'autres achats auprès de lui en "liant" ses ventes du produit sur lequel il est en position dominante avec les ventes d'autres produits. De lourdes sanctions au titre du droit de la concurrence sont appliquées à ce type d'infraction.

Si vous pensez qu'Aperam a une part de marché qui pourrait s'apparenter à une position dominante, ou si vous traitez avec un fournisseur qui est dans ce cas, vous devez consulter l'équipe Légale & Gouvernance.

### 4.3 Recommendations supplémentaires

Sur les marchés de produits ou les marchés géographiques où Aperam occupe une position dominante, il convient d'éviter toute différence de traitement entre une filiale en amont ou en aval du groupe Aperam et un tiers en concurrence avec cette filiale.

Toute différence de traitement doit être dûment justifiée par des raisons objectives (par exemple, des quantités différentes fournies) non liées à l'exclusion du concurrent tiers du marché.



Icône d'usine conçue par [Freepik](#)

Veuillez contacter l'équipe Légale & Gouvernance si vous souhaitez appliquer un traitement différencié aux affiliées d'Aperam et aux tiers concurrents lorsque l'entreprise d'Aperam vendant le produit/service occupe une position dominante.

### 4.4 Résumé sur l'abus de position dominante - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire

| A faire                                                                                                                                                                                                                                              | A ne pas faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PROPOSER</b> des réductions de prix et/ou des conditions commerciales à l'ensemble des clients.                                                                                                                                                   | <b>NE PAS</b> offrir de remises de fidélité.<br><br><b>NE PAS</b> établir de discrimination entre les clients en ce qui concerne les conditions de vente de produits d'un niveau, d'une qualité et d'une quantité similaires.<br><br><b>NE PAS</b> conditionner la disponibilité d'un produit souhaité à l'achat d'un autre produit par le client. |
| <b>CONTACTEZ</b> l'équipe Légale & Gouvernance avant d'apporter des changements substantiels à la manière dont Aperam fait des affaires chaque fois qu'Aperam détient une part de marché importante dans un produit ou un marché géographique donné. | <b>NE PAS</b> adopter un comportement qui affaiblit la concurrence sur les marchés où Aperam est déjà l'entité dominante.                                                                                                                                                                                                                          |

### 5. Une communication non équivoque

Soyez précis dans vos écrits (courriels, mémorandums, rapports de visite) décrivant les marchés dans lesquelles Aperam est présente, sa concurrence et ses concurrents. Il est facile de sortir les écrits de

leurs contextes et de provoquer des déductions incorrectes sur notre conduite commerciale et/ou les marchés dans lesquels nous sommes en concurrence.

Dans le cadre de projets d'opérations de fusion et d'acquisition (entreprises communes, acquisitions, cessions), des documents internes peuvent devoir être fournis aux autorités nationales de la concurrence. Ces documents contiennent généralement une analyse du marché et des déclarations explicites sur les intentions stratégiques.

### 5.1 Résumé sur la communication écrite - Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire

| A faire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | A ne pas faire                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TOUJOURS ÉCRIRE</b> de manière claire, concise et complète et éviter les exagérations.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>NE PAS</b> surestimer ou exagérer la position d'Aperam sur le marché et/ou sa stratégie de marché.                                                                                                                                                                                                     |
| <b>INDIQUER</b> sur tous les documents (y compris les courriels) la mention " <i>confidentiel et propriété d'Aperam</i> " lorsque vous correspondez avec un avocat.<br><br><b>ÊTRE</b> factuel et ne pas exprimez son opinion dans les écrits (tels que les rapports de visite, les courriels, etc.) où vous décrivez le marché, la concurrence etc. et se limitent à des déclarations de fait et indiquent toujours la source de l'information. | <b>NE PAS</b> rédiger de courriels, rapports de visite de clients, présentations, etc. d'une manière qui pourrait permettre de conclure qu'Aperam s'engage dans une activité prédatrice, qu'il existe une sorte d'entente entre les concurrents ou qu'Aperam agit avec une intention anticoncurrentielle. |

## 6. Enquêtes gouvernementales

Tout employé ou dirigeant d'Aperam doit informer l'équipe Légale & Gouvernance, dès lors qu'il connaît l'existence d'allégations, qu'elles proviennent de concurrents, de clients ou de toute autre source, qu'Aperam adopte un comportement anticoncurrentiel.

Aperam a pour politique de coopérer de toutes les manières appropriées avec les autorités administratives autorisées dans le cadre de toute enquête menée par celles-ci dans l'exercice correct de leurs fonctions. Une enquête réglementaire signifie toute enquête non routinière visant les activités d'Aperam ou de ses filiales par un organisme chargé de l'application de la loi, concernant d'éventuelles violations criminelles ou civiles des lois ou de la réglementation.

Les autorités nationales de la concurrence peuvent adresser une demande d'information à Aperam et exiger d'elle qu'elle fournisse des informations orales ou écrites.

Ces autorités peuvent également à tout moment mener des inspections inopinées sur place ("dawn raids") dans tous les locaux d'Aperam et/ou dans les voitures ou les logements des employés. Il est donc important que toute enquête administrative non routinière, qu'elle soit réalisée par les autorités en charge du respect du droit de la concurrence ou autre, soit correctement coordonnée au sein d'Aperam et traitée de manière rapide et ordonnée. L'équipe Légale & Gouvernance d'Aperam doit être immédiatement informée lorsqu'un employé est approché par une personne ou une autorité menant une enquête.

Afin d'assurer la coordination requise et la fourniture d'informations exactes et complètes, ainsi que pour protéger les droits d'Aperam et de ses employés, aucune information concernant les activités d'Aperam, qu'elle soit orale ou écrite, ne doit être fournie sans avoir été préalablement examinée et approuvée par l'équipe Légale & Gouvernance. La politique d'Aperam "Dawn Raid" d'Aperam doivent être suivies en cas d'inspections sur place menées par les autorités de la concurrence de l'UE et/ou nationales. La destruction des enregistrements ou des dossiers d'Aperam doit toujours être conforme aux règles d'Aperam sur la conservation des documents et des enregistrements. Aucun enregistrement ou dossier d'Aperam ne peut être détruit ou modifié au cours d'une enquête administrative ou interne. Le non-respect de ces règles peut entraîner de graves conséquences pour les employés, y compris le licenciement.

Pour plus d'informations sur ce sujet, veuillez vous référer à notre matériel supplémentaire, qui se trouve à l'[annexe 4 - Politique d'Aperam Dawnraid \(version en anglais\)](#).

## 7. Conséquences de la violation du droit de la concurrence

La violation du droit de la concurrence peut entraîner des sanctions importantes pour Aperam comme pour les individus, y compris, dans certaines circonstances, des peines d'emprisonnement. Les accords contenant une clause illégale peuvent être considérés comme inapplicables et invalides.

**Voici quelques exemples de sanctions possibles :**

- Amendes pécuniaires à l'entreprise.
- Amendes pécuniaires aux personnes impliquées et, dans certains pays, aux dirigeants/gestionnaires/ représentants qui étaient au courant de la conduite et n'ont pas pris de mesures pour y mettre fin.
- Sanctions non monétaires dans certains pays : par exemple, interdiction de participer à des appels d'offres publics.
- Poursuites judiciaires : les clients, les fournisseurs et les concurrents lésés par la pratique ont droit à des dommages-intérêts, y compris des dommages-intérêts triples et doubles dans certains pays.
- Sanctions pénales (le cartel est un CRIME dans plusieurs juridictions).
- Les infractions répétées sont sanctionnées par des amendes plus élevées.
- Atteinte à la réputation.
- Charge de travail accrue pour l'entreprise et ses employés; enquête administrative, examen des documents, entretiens internes, etc.

Outre les sanctions pénales et civiles, les violations du droit de la concurrence font également l'objet d'actions privées en dommages et intérêts qui permettent à des parties privées (par exemple, des clients) de récupérer des montants très importants en raison des dommages causés à leur entreprise par un comportement illégal.

Les amendes pénales et/ou civiles, les actions privées en dommages et intérêts et, surtout, l'atteinte à la réputation d'une entreprise sur le marché peuvent avoir de graves répercussions sur les activités d'une entreprise et sur le cours de ses actions.

Dans tous les cas où les preuves sont suffisantes pour justifier une action disciplinaire, une telle action sera prise à l'encontre des employés d'Aperam impliqués dans une conduite illégale, en conformité avec toutes les lois applicables.

## 8. Mise à jour de la politique



L'équipe Légale & Gouvernance est chargée de mettre à jour la présente politique en fonction des modifications réglementaires ou d'autres développements juridiques ou organisationnels.

## Annexes

### Annexe 1. Liste d'exemples d'informations sensibles

| Informations sensibles                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Informations non sensibles                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Informations sur les prix actuels (datant de moins d'un an)* ou futurs, y compris les remises, les rabais, le calendrier des changements de prix, les promotions ou les marges (y compris toute politique pertinente).</p> <p><i>*Veuillez noter que pour certaines activités et/ou certains produits, la période au cours de laquelle l'information peut être considérée comme "historique" peut être plus longue, en particulier si l'on tient compte de la durée des contrats commerciaux. Par exemple, dans le secteur de l'acier, il est généralement admis qu'une information datant d'un an est historique. Cependant, pour certains produits tels que les demi-produits et lingots, les aciers d'emballage et le matériel ferroviaire, une information datant d'un an pourrait être considérée comme trop récente par rapport à l'activité actuelle et, par conséquent, non historique.</i></p> | <p>Informations agrégées sur les recettes, la production et les coûts.</p>                                                                                                       |
| <p>Les plans stratégiques ou de marketing (y compris les investissements proposés) qui ne sont pas dans le domaine public.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Informations de haut niveau sur les performances.</p>                                                                                                                         |
| <p>Marges bénéficiaires ou objectifs de rentabilité actuels et futurs.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Meilleures pratiques en matière d'exploitation, d'ingénierie, d'environnement, d'informatique, de gestion de l'information, de santé et de sécurité, de conformité, etc.</p>  |
| <p>Détails précis concernant les clients individuels, y compris les conditions auxquelles ils sont approvisionnés (en particulier en ce qui concerne les prix et les volumes).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                  |
| <p>État des négociations avec les clients ou fournisseurs actuels ou potentiels</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Informations historiques qui ne peuvent pas influencer le comportement futur du marché (généralement plus de 12 mois).</p>                                                    |
| <p>Identité des clients/fournisseurs potentiels.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Informations provenant de sources publiques/informations qui sont (légalement) dans le domaine public, telles que la presse professionnelle ou les enquêtes sectorielles.</p> |
| <p>Plans d'expansion non annoncés.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Les questions d'intérêt général pour l'industrie, par exemple les nouvelles législations.</p>                                                                                 |
| <p>Les informations relatives à la capacité et à la production futures (qui ne relèvent pas du domaine public).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Description des actifs et des installations.</p>                                                                                                                              |

| Informations sensibles                                                                                                                                           | Informations non sensibles                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Les technologies propriétaires de nature confidentielle ou les droits de propriété intellectuels (par exemple, les brevets et les spécifications de conception). | Organisation générale de l'entreprise : structure, effectifs et fonctions, etc.                                                                           |
| Informations prévisionnelles sur les ventes.                                                                                                                     | Annonce de plans d'expansion du capital.                                                                                                                  |
| Coûts actuels des intrants/approvisionnements (ventilés), y compris les coûts variables.                                                                         | Questions financières/fiscales et planification des ressources humaines.                                                                                  |
| Intention de répondre (ou non) à des appels d'offres.                                                                                                            | Informations financières nécessaires à l'établissement des rapports destinés aux actionnaires : bilans, comptes de résultats, évaluation des actifs, etc. |

**Annexe 2.** [Lignes directrices concernant l'adhésion et la participation à des associations professionnelles \(version en anglais\)](#)

**Annexe 3.** [Dossier juridique consacré aux associations professionnelles et aux foires commerciales \(version en anglais\)](#)

**Annexe 4.** [Aperam - Lignes directrices Dawn raids \(version anglaise\)](#)