

CHARTRE DE LA CONCURRENCE DU GROUPE LA POSTE



SOMMAIRE

ÉDITION NOVEMBRE 2013



LE GROUPE LA POSTE

PLAN DU DOCUMENT

- 1 Le mot du Président p.3
- 2 Propos liminaire p.4
- 3 Les règles de concurrence p.5
 - 3.1 L'Abus de position dominante
 - 3.2 Les Ententes
 - 3.3 Les Concentrations
 - 3.4 Les Aides d'État
 - 3.5 Les Pratiques restrictives
 - 3.5.1 Les prix imposés
 - 3.5.2 La revente à perte
 - 3.6 La Concurrence déloyale
 - 3.6.1 Dénigrement
 - 3.6.2 Confusion et Parasitisme
- 4 Le dispositif d'alerte p.13
- 5 Les recommandations pratiques et les bonnes attitudes à adopter p.14
- 6 Que faire en cas d'intervention d'une autorité de la concurrence p.15
 - 6.1 Vous êtes contactés par téléphone ou par courrier
 - 6.2 Une autorité de la concurrence ouvre une enquête

“ **Respecter les règles de concurrence, un engagement fort du Groupe La Poste.** ”

Le Groupe La Poste place le respect du droit de la concurrence au niveau des grands principes de ses activités et applique une démarche volontariste de prévention et d'anticipation des risques dans ce domaine.

Le respect des règles de concurrence a été introduit dans le référentiel déontologie du Groupe, puis renforcé en 2012 par l'adoption et la mise en œuvre du programme de conformité au sein du Groupe sur le modèle préconisé par l'Autorité de la Concurrence.

En raison de notre engagement à exercer une concurrence saine et loyale, nous devons agir dans le plus strict respect des lois sur la concurrence applicables dans l'ensemble des pays où intervient le Groupe La Poste.

Les principes d'intégrité, d'honnêteté et de transparence doivent nous guider dans nos activités commerciales et gouverner nos relations avec les clients, les fournisseurs et les autres partenaires.

Notre réputation et nos succès commerciaux dépendent du comportement responsable de chacun d'entre nous dans la conduite des affaires.

Une telle démarche doit tout d'abord être portée au plus haut niveau de l'Entreprise, mais n'est ensuite légitimée que si chacun des collaborateurs y adhère et participe à sa promotion dans la conduite de ses activités au quotidien.

En effet, toute infraction commise par un collaborateur peut exposer le Groupe La Poste à des poursuites et lui faire encourir des sanctions financières pouvant atteindre jusqu'à 10% de son chiffre d'affaires consolidé et des sanctions

pénales importantes, tout en affectant son image et ternissant sa réputation.

Cet outil complémentaire au programme de conformité concurrence déployé dans le Groupe vous apportera les éléments nécessaires pour adopter les bons comportements dans vos activités, mais également pour tirer le meilleur parti de ces règles pour optimiser vos actions.

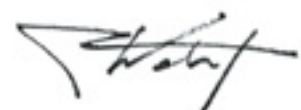
C'est un atout pour répondre aux attentes de nos clients, renforcer nos positions et gagner de nouveaux marchés.

Il est en particulier nécessaire, et c'est l'objet de ce document, que chacun d'entre nous s'attache à identifier dans la pratique des affaires, les domaines qui peuvent soulever des difficultés du point de vue du droit de la concurrence.

La Direction Juridique et Conformité du Groupe, la Direction de la Régulation, ainsi que les Directions Juridiques Métiers/Filiales sont là pour vous accompagner dans l'application au quotidien de ces obligations et vous apporter aide et conseils.

Je remercie chacun d'entre vous de lire attentivement les pages qui suivent et de mettre en œuvre les indications qu'elles contiennent, en vous rapprochant de votre hiérarchie et de votre direction juridique chaque fois que cela vous sera nécessaire.

Philippe Wahl
Président Directeur Général



Afin de permettre une meilleure compréhension des principes juridiques en matière de concurrence, **cette Charte utilise des termes du langage courant** et ne couvre pas l'ensemble des textes et règles encadrant le droit de la concurrence, ni l'ensemble des situations à risques.



Cette Charte a pour vocation de présenter une première approche synthétique du droit de la concurrence destinée à tous **et n'est donc pas exhaustive.**

1. L'ABUS DE POSITION DOMINANTE

+ Le Groupe qui détient une position prépondérante sur certains marchés, est susceptible de se trouver en position dominante sur ces marchés.

+ La position dominante n'est pas interdite en soi ; seule l'exploitation abusive de cette position dominante est interdite.

- Sanctions

- Nullité de l'accord ou de la pratique
- Sanction pécuniaire d'un montant maximum de 10% du chiffre d'affaires mondial hors taxes du groupe
- Emprisonnement de quatre ans et amende de 75.000 € pour toute personne physique qui a pris « frauduleusement » (volonté de poursuivre un objectif anti-concurrentiel) « une part personnelle et déterminante » dans la conception, l'organisation ou la mise en œuvre de la pratique.
- Astreintes

+ L'entreprise en position dominante a la responsabilité particulière de préserver une concurrence effective et non faussée, ce qui lui interdit certains comportements (ces comportements pouvant être autorisés pour d'autres entreprises ne disposant pas d'une position dominante), tels que :

- Refuser de vendre
- Imposer des pratiques de couplage¹ (ventes liées et primes de couplage)
- Imposer des prix prédateurs (c'est-à-dire essentiellement des prix inférieurs au coût moyen variable)
- Imposer des primes de fidélisation
- Appliquer des conditions inégales à des prestations équivalentes.



En 2002, La Poste a supprimé les remises de fidélité et de couplage au profit de ses clients, à l'exception des clients de la VPC qui ont, à leur demande, bénéficié de ces remises une année supplémentaire.

Le Conseil de la concurrence a condamné cette pratique en 2004.

¹ Le couplage consiste à vendre à un client un produit ou service lié à l'achat d'un autre produit ou service.



2. LES ENTENTES

+ Tous les accords, contrats, décisions d'association ou de pratique concertée entre plusieurs entreprises sont interdits lorsqu'ils ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre, de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, notamment lorsqu'ils tendent à :

- Limiter l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises
- Faire obstacle à la fixation des prix par le jeu de la concurrence en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse
- Limiter ou contrôler la production, les débouchés les investissements ou le progrès technique
- Répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement.

+ Ces accords sont interdits quelle que soit leur forme : orale, écrite ou tacite dès lors qu'ils conduisent à une restriction de concurrence.

- Sanctions

- Nullité de l'accord ou de la pratique
- Sanction pécuniaire d'un montant maximum de 10% du chiffre d'affaires mondial hors taxes du groupe
- Emprisonnement de quatre ans et amende de 75.000 € pour toute personne physique qui a pris « frauduleusement » (volonté de poursuivre un objectif anti-concurrentiel) « une part personnelle et déterminante » dans la conception, l'organisation ou la mise en œuvre de la pratique.
- Astreintes



L'entente peut consister en l'engagement à ne pas pratiquer des prix de vente inférieurs à des prix minimum fixés en commun, entre La Poste et :

- *Des entités tierces au groupe*
- *Des concurrents*

3. LES CONCENTRATIONS

- +** Les opérations de fusion, de prise de contrôle (rachat) ou de création d'entreprise commune font l'objet d'une surveillance particulière, pour éviter la création ou le renforcement d'une position dominante ou d'une puissance d'achat.
- +** Les sociétés du Groupe La Poste doivent ainsi **notifier**, soit à la Commission européenne soit à l'Autorité de la Concurrence (et le cas échéant également à d'autres autorités nationales de la concurrence) ces opérations lorsqu'elles atteignent certains seuils et ce, préalablement à leur réalisation.
- **Sanctions en cas d'absence de notification pour les opérations de dimension nationale**

 - 5% du chiffre d'affaires hors taxes réalisé en France pour les personnes morales
 - 3 millions d'euros maximum pour les personnes physiques
- **Sanctions pour les opérations de dimension communautaire**

 - 10% du chiffre d'affaires mondial hors taxes du groupe auquel appartient l'acquéreur

L'opération relative à la constitution de La Poste Télécom comportait une double concentration :

- *La création d'une entreprise commune avec SFR*
- *Le rachat d'une filiale de SFR*

Les deux opérations ont été notifiées aux autorités compétentes et autorisées.

4. LES AIDES D'ÉTAT



- + Dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, sont interdites les aides accordées par l'État ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit, qui faussent ou menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions (sauf dérogations prévues par les traités).
- + Elles peuvent être accordées directement par l'Etat ou par l'intermédiaire d'un organisme privé ou public désigné par l'Etat, ou par des collectivités territoriales telles que la Région par exemple.
- + Ces aides doivent être notifiées préalablement à la Commission Européenne.
- + Ces aides peuvent consister en des subventions, des réductions ou des exonérations d'impôts ou de taxes, des bonifications d'intérêts, des garanties de prêts à des conditions favorables, etc.
- **Sanction**
 - Toute aide qui n'aurait pas été préalablement notifiée doit être restituée par l'organisme bénéficiaire.



L'assistance commerciale de La Poste envers une de ses filiales, sans juste rémunération de cette assistance, peut constituer une aide d'État.

5. LES PRATIQUES RESTRICTIVES

5.1 PRIX IMPOSÉS

-  Aucune société du Groupe ne peut imposer à un partenaire commercial, directement ou indirectement et de manière intentionnelle, de revendre un produit ou de fournir une prestation de service à un prix minimal ou de réaliser une marge commerciale ne pouvant être inférieure à un niveau minimum fixé en pourcentage ou en valeur absolue.
-  En revanche, il est permis de recommander ou de conseiller un prix minimum, s'il n'existe pas de mesures d'incitation ou de coercition visant à faire respecter les prix recommandés/conseillés.

Sanctions pour les opérations de dimension nationale

- 15 000 euros pour les personnes physiques (représentant légal ou personnes bénéficiaires d'une délégation de pouvoir)
- 75 000 euros pour les personnes morales



La diffusion de barèmes de prix devant impérativement être appliqués par les revendeurs est une pratique restrictive de concurrence.

5.2 REVENTE À PERTE

+ Aucune société du Groupe ne peut revendre ou annoncer la revente d'un produit en l'état (c'est-à-dire sans transformation) à un prix inférieur à son prix d'achat effectif.

+ Cette interdiction concerne chaque produit revendu, pris individuellement.

+ Cette interdiction s'applique également dans les relations intra groupe, (revente d'un produit par une société mère à sa filiale ou par une filiale à une société sœur).

- Sanctions

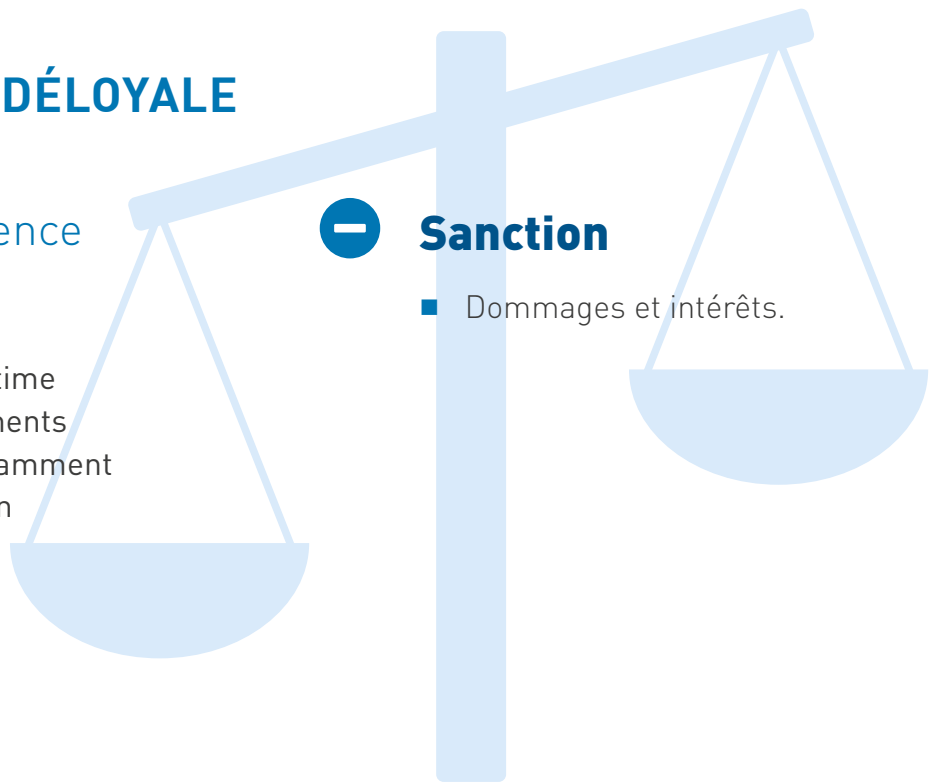
- 75 000 euros pour les personnes physiques (représentant légal ou personnes bénéficiaires d'une délégation de pouvoir)
- 375 000 euros pour les personnes morales
- Le juge peut ordonner la cessation des pratiques



La revente à perte peut consister dans la vente d'un produit à 95€, alors que le prix d'achat est de 100€.

6. LA CONCURRENCE DÉLOYALE

+ L'action en concurrence déloyale permet à une entreprise ou à un professionnel victime de lutter contre les agissements fautifs d'un concurrent, notamment le dénigrement, la confusion et le parasitisme.



- Sanction

- Dommages et intérêts.

6.1 DÉNIGREMENT

+ Aucune société du Groupe ne peut présenter son produit tout en dénigrant celui de son concurrent.

+ Le fait de jeter le discrédit sur un concurrent constitue une pratique déloyale.

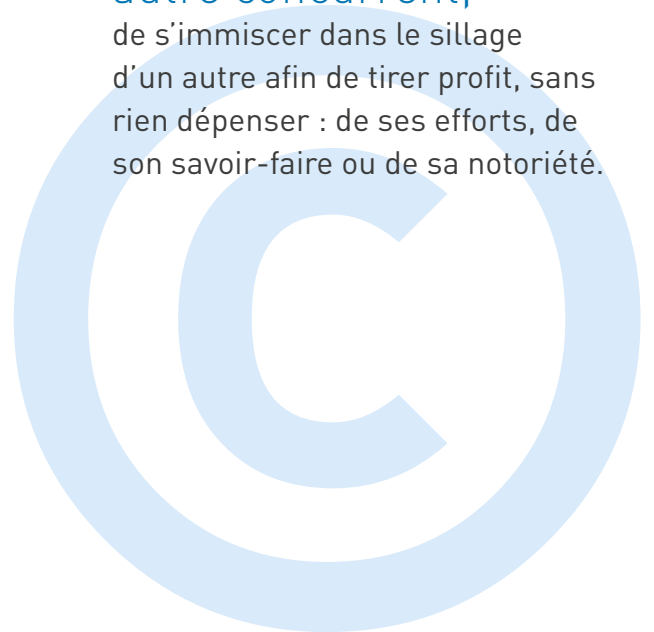


Le dénigrement peut consister dans l'affirmation qu'un concurrent connaît de grosses difficultés financières à la suite d'un contrôle fiscal.

6.2 CONFUSION - PARASITISME

- + Le fait de semer la confusion entre ses produits et ceux d'un concurrent constitue une pratique déloyale qui peut être sanctionnée.
- + L'imitation a pour objectif de créer une confusion dans l'esprit du public et des consommateurs afin de profiter de la notoriété d'un concurrent et de tenter de récupérer sa clientèle.

- + Le parasitisme est le fait pour un concurrent de s'approprier frauduleusement la réputation d'un autre concurrent, de s'immiscer dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser : de ses efforts, de son savoir-faire ou de sa notoriété.



La confusion peut être constituée par une simple ressemblance qui crée un réel risque de confusion pour un client moyennement attentif.

Le parasitisme peut apparaître sous la forme d'utilisation de noms commerciaux ou de marques connues pour désigner d'autres produits.

LE DISPOSITIF D'ALERTE

4

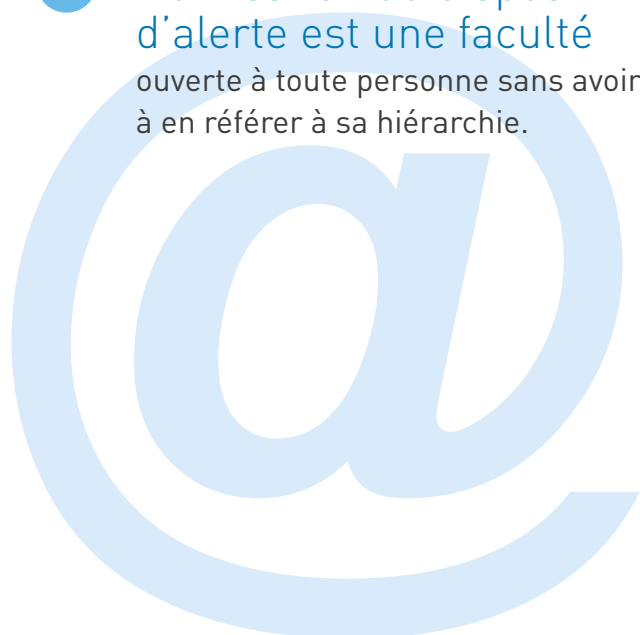
+ La Poste a mis en place le dispositif d'alerte. C'est un canal d'expression proposé à l'ensemble des collaborateurs du Groupe en matière de respect des règles de concurrence.

+ Ce dispositif permet aux collaborateurs du Groupe de :

- Demander un conseil
- Obtenir une aide devant un questionnement ou une situation délicate
- Signaler un risque, un dysfonctionnement ou une infraction avérée ou supposée

+ Les collaborateurs doivent formuler leur demande à travers l'email sécurisé **ethique@laposte.fr** qui protège les déclarants et la confidentialité des informations.

+ L'utilisation du dispositif d'alerte est une faculté ouverte à toute personne sans avoir à en référer à sa hiérarchie.



ethique@laposte.fr

+ Pour assurer le respect des règles de concurrence au sein du Groupe, vous devez :

- 5.1** Vous abstenir d'engager Le Groupe La Poste dans des pratiques anti-concurrentielles que la présente charte ainsi que les formations qui vous ont été dispensées, vous ont présentées comme étant interdites.
- 5.2** En cas de doute sur une pratique ou un comportement, consulter au préalable votre hiérarchie opérationnelle et les juristes de votre entité ou du Groupe.
- 5.3** Les accords projetés doivent donner lieu à une validation par le service juridique afin de vérifier le caractère licite de l'opération.
- 5.4** Sécuriser votre communication interne et externe, et à ce titre :
 - Surveiller attentivement les messages (emails et courriers commerciaux, publicité, conditions générales de vente, conditions générales d'achat, communiqués de presse, etc.) que vous émettez et qui sont destinés aux tiers (clients, partenaires, marchés financiers, etc.).
 - Si vous disposez d'informations sensibles relatives à des concurrents sur une activité, il est conseillé de contacter et d'informer le service juridique de cette situation.
- Être vigilants lorsque vous participez à des associations ou à des organisations professionnelles. Malgré leur but souvent légitime de promouvoir et de défendre les intérêts d'un secteur économique, les différentes réunions et les manifestations de ces organisations constituent une opportunité pour les concurrents de se rencontrer et d'échanger des informations. Ce sont donc autant d'occasions de commettre des infractions au droit de la concurrence. Vous devez donc prendre toutes les précautions nécessaires pour ne pas exposer le Groupe à de tels risques.
- 5.5** Notifier tout dysfonctionnement ou problème via le système d'alerte.

QUE FAIRE EN CAS D'INTERVENTION D'UNE AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

6

1. VOUS ÊTES CONTACTÉ PAR TÉLÉPHONE OU PAR COURRIER

+ **Contact par téléphone :** prenez les coordonnées complètes de votre interlocuteur ainsi que l'objet de son appel et si possible contactez votre Direction Juridique avant d'accepter un rendez-vous ou de répondre aux questions. À défaut prévenez immédiatement votre Direction Juridique et demandez-lui de vous assister.

+ **Contact par courrier :** Adressez immédiatement copie du courrier à votre Direction Juridique et demandez-lui de vous assister dans la préparation des réponses que vous devez obligatoirement fournir dans les délais impartis.

2. UNE AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE OUVRE UNE ENQUÊTE

+ Vous devez immédiatement contacter votre Direction Juridique

+ Ensuite vous devez :

- Vérifier la qualité des enquêteurs, l'objet de leur visite, vérifier qu'ils disposent des documents les autorisant à mener l'enquête (habilitation, décision, mandat)
- Avertir la personne que les enquêteurs souhaitent rencontrer

- Si possible ne commencer la visite avec les enquêteurs qu'en présence de votre juriste. Attention, vous ne pouvez vous opposer au démarrage de l'enquête. Il est conseillé de ne pas faire attendre trop longtemps avant le début de la visite.
- Restez courtois avec les enquêteurs, accompagnez les constamment tout au long de leur visite, ne les laissez jamais seuls, et installez-les dans une salle de réunion vide.

+ Que devez-vous leur communiquer ?

- Les documents en rapport avec l'objet de leur enquête (produit, période concernée, pays, etc.)

+ Quelle est votre marge de manœuvre pendant leur visite ?

- Vous pouvez refuser de communiquer des documents qui ne sont pas en rapport avec l'enquête
- Vous pouvez refuser de communiquer les documents et courriers reçus ou adressés aux avocats
- Si possible ne répondez aux questions, demandes de précisions des enquêteurs que si celles-ci portent sur les documents examinés et l'idéal est de le faire avec l'assistance de votre Direction Juridique.
- Pensez à conserver une copie de tous les documents copiés par les enquêteurs et de bien noter l'origine de ces documents (pièces, dossiers, etc.)
- Notez toutes les questions qui vous ont été posées et toutes les réponses apportées. Si votre Direction Juridique n'a pu être présente, adressez-lui ces éléments accompagnés d'un compte-rendu.



SOMMAIRE



LE GROUPE LA POSTE

Direction Juridique
et Conformité du Groupe

44 BOULEVARD DE VAUGIRARD
75576 PARIS CEDEX 15