



Taking brands further

Code de conduite➤

Bruxelles, Belgique

19 mars 2025 - AdaStone

Table de matières

INTRODUCTION

QUELS COMPORTEMENT SONT INTERDIT PAR LE DROIT DE LA CONCURRENCE ?

PRINCIPES FONDAMENTAUX ET PRATIQUE INTERDITES

POURQUOI LA CONFORMITE EST-ELLE IMPORTANTE ?

↳ INTRODUCTION

United Brands Association (« **UBA** ») rassemble les créateurs et développeurs de marques et représente leurs intérêts. Nous nous engageons à soutenir, inspirer et connecter nos membres. Nous créons un espace de rencontres, d'échanges d'expériences, d'apprentissage mutuel et de formation sur des thématiques spécifiques, adaptées aux besoins de nos membres et de leurs équipes. Nous offrons ainsi aux marques ambitieuses l'opportunité de croître de manière durable.

Nous sommes convaincus qu'un réseau dynamique constitue un terreau idéal pour les nouvelles idées, l'innovation et les perspectives stratégiques. Nous mettons à disposition un environnement inspirant pour créer du lien. Car le partage des connaissances, la création d'opportunités et la promotion de collaborations sont plus efficaces lorsque nous sommes unis.

Dans la poursuite de cette mission, l'UBA reconnaît que le succès et la croissance de notre communauté reposent sur le maintien d'un marché équitable et concurrentiel.

Nous nous engageons donc à maintenir des normes juridiques et éthiques élevées au sein de notre environnement et de nos activités, qui rassemblent des entreprises du secteur, y compris des concurrents. Bien que la collaboration au sein d'une association professionnelle puisse générer des bénéfices pour le marché et favoriser la concurrence, elle comporte également des risques en matière de droit de la concurrence. Le risque principal apparaît lorsque l'espace de rencontre créé par l'UBA — qu'il s'agisse de réunions formelles ou de rencontres informelles — est utilisé à mauvais escient pour faciliter ou même suggérer des accords anticoncurrentiels. L'UBA, ses membres, ainsi que tous les participants aux programmes et événements de l'UBA, partagent la responsabilité collective de respecter le droit de la concurrence et de promouvoir un commerce équitable, dans le but d'encourager l'innovation, des produits de meilleure qualité et des prix justes, tant pour les consommateurs que pour les entreprises.

Ce Code de conduite vise à exposer les principes essentiels qui régissent le comportement des membres au sein des associations professionnelles et qui constituent la base des bonnes pratiques. Il s'applique aux activités menées au sein de l'UBA, ainsi qu'à toute activité conjointe impliquant l'UBA et d'autres entités ou associations professionnelles. En outre, les membres ainsi que l'UBA veilleront à ce que les personnes travaillant pour leur compte respectent également ce Code de conduite.

Ce Code de conduite reflète notre engagement à promouvoir un comportement conforme aux normes juridiques et éthiques. Il sert de ligne directrice centrale pour les employés de l'UBA, ses membres, ses organes de gouvernance et ses partenaires externes, afin de comprendre leurs obligations en matière de droit de la concurrence et de les sensibiliser aux situations pouvant présenter des risques. En établissant des normes claires de conduite appropriée, il permet à chacun d'identifier les violations potentielles et d'agir de manière responsable, dans le respect du droit de la concurrence.

Ce Code de conduite a donc une portée générale et ne peut anticiper toutes les questions juridiques susceptibles de se présenter. Il est par conséquent important que les membres sollicitent un avis juridique en cas de doute.

↳ QUELS COMPORTEMENT SONT INTERDIT PAR LE DROIT DE LA CONCURRENCE ?

De nombreuses fonctions exercées par les associations professionnelles peuvent ne pas relever du champ d'application du droit de la concurrence, dans la mesure où elles ne restreignent ni la liberté commerciale de leurs membres, ni l'accès des non-membres aux marchés concernés. Les associations professionnelles ont notamment pour rôle de représenter les points de vue et les intérêts du secteur concerné, de promouvoir la formation et l'éducation, d'adopter des normes

sectorielles et de mener des recherches à l'échelle de l'industrie. Par conséquent, de nombreuses initiatives légitimes et favorables à la concurrence peuvent être mises en œuvre entre concurrents dans le cadre d'une association professionnelle.

Cependant, une association professionnelle constituée, par définition, une activité collective menée entre acteurs d'un même secteur (y compris des concurrents actuels ou potentiels), ce qui peut faire naître certaines préoccupations au regard du droit de la concurrence.

➤ Accords anti-concurrentiels

Il est interdit de conclure des accords entre concurrents qui restreignent la concurrence.

En droit de la concurrence, la notion « **d'accord** » est interprétée de manière très large. Toute forme de discussion ou d'interaction entre entreprises concurrentes peut être considérée comme un accord. Il n'est donc pas nécessaire qu'un accord soit formel ou écrit pour constituer une infraction. Un accord peut être déduit de comportements, de communications, de discussions ou d'autres éléments contextuels. Une coordination tacite entre concurrents peut également être visée par cette interdiction, de même que des déclarations ou annonces publiques. L'échange d'informations sensibles d'un point de vue concurrentiel peut également suffire à caractériser une violation du droit de la concurrence.

Par ailleurs, il suffit que l'accord soit *susceptible* de restreindre la concurrence pour qu'il soit qualifié d'anticoncurrentiel. Il n'est donc pas nécessaire qu'il ait un effet concret sur le marché.

Parmi les formes courantes d'accords anticoncurrentiels, on retrouve notamment la fixation ou la coordination des prix, la fixation de conditions commerciales, le contrôle de l'offre ou de la production, ainsi que la répartition des marchés ou de la clientèle.

➤ Abus de position dominante

L'abus de position dominante par une ou plusieurs entreprises est interdit par le droit de la concurrence. Une position dominante se caractérise lorsqu'une entreprise seule, ou plusieurs entreprises conjointement, détiennent au moins 40 % de part de marché (ce qui peut notamment se produire dans le cadre d'une association professionnelle dont les membres représentent ensemble une part significative du marché).

Il est important de noter que le simple fait de détenir une position dominante n'est pas en soi illégal. En revanche, le fait d'exploiter cette position de manière à éliminer la concurrence ou à nuire aux clients constitue un abus et enfreint le droit de la concurrence.

Restreindre l'accès d'un concurrent au marché ou exploiter sa position dominante pour gagner des parts de marché ou obtenir des avantages indus (exclure un concurrent sans justification objective, refuser collectivement de traiter avec un concurrent, imposer des conditions commerciales unilatérales ou excessivement contraignantes, ou vendre à perte dans le but d'évincer des concurrents du marché) constituent des formes courantes de comportements abusifs.

↳ PRINCIPES FONDAMENTAUX ET PRATIQUES INTERDITES

L'UBA s'engage à poursuivre sa mission en offrant un espace de rencontre dans un environnement concurrentiel sain. L'UBA est par nature favorable à la concurrence. Toutefois, comme toute association professionnelle, elle pourrait faire l'objet d'un usage abusif et être détournée pour servir des comportements anticoncurrentiels.

Par conséquent, l'UBA et ses membres doivent être conscients des zones à risque au regard du droit de la concurrence, et de la nécessité de respecter les principes suivants :

➤ **Les membres ne doivent jamais discuter, échanger des informations ni conclure d'accords portant sur les sujets suivants :**

- **Les prix**

- Discuter ou convenir de prix, y compris des stratégies tarifaires futures, politiques de remise, niveaux de bénéfice ou marges bénéficiaires pour des produits ou services.
- Échanger des informations sensibles relatives aux coûts susceptibles de faciliter, directement ou indirectement, une entente sur les prix.
- **La répartition des marchés ou des clients**
 - Se répartir des zones géographiques, des groupes de clients ou des segments de marché afin d'éviter toute concurrence, y compris via des accords de non-concurrence sur certaines régions ou certains types de clientèle.
- **La restriction de l'offre, des ventes ou de l'accès au marché**
 - Limiter la production, la distribution ou les volumes de vente dans le but de manipuler la dynamique entre l'offre et la demande.
 - Coordonner des restrictions commerciales ou fixer des quotas pour contrôler les parts de marché.
 - Bloquer l'entrée de nouveaux concurrents ou exclure des acteurs déjà présents sur le marché
- **La manipulation d'appels d'offres et la coordination des réponses à des appels d'offre**
 - Discuter ou aligner les stratégies de soumission dans le cadre d'appels d'offres, notamment en ce qui concerne les prix, les conditions contractuelles ou les délais de livraison.
 - Partager des informations ou des intentions relatives aux offres, telles que les montants prévus ou des avantages concurrentiels.
- **L'échange d'informations sensibles**
 - Chiffres de vente détaillés, données de chiffre d'affaires ou informations sur les parts de marché non accessibles au public.
 - Structures de coûts, capacités de production, niveaux de stock.
 - Plans de lancement de produits, campagnes marketing ou budgets publicitaires.
 - Plans stratégiques d'entreprise.
 - Informations spécifiques à des clients

➤ **Les membres ne doivent pas échanger d'informations qui pourraient (ou être perçues comme pouvant) faciliter une coordination entre concurrents :**

L'UBA, en tant qu'association professionnelle, peut collecter des informations commerciales afin de publier des statistiques sectorielles, réaliser des études de marché conjointes ou des recherches générales sur le secteur, ou encore communiquer avec les autorités. Ces données doivent être agrégées, de manière à ce qu'aucune information individuelle relative à un membre ou une entreprise ne puisse être identifiée ou déduite. Certaines précautions doivent néanmoins être respectées :

- Participation volontaire des membres ;
- Collecte et traitement des données assuré par un tiers indépendant ;
- Respect de la confidentialité ;
- Nombre suffisant de répondants afin de permettre l'agrégation des données et de garantir l'anonymat des participants.

➤ Les membres ne doivent pas établir de normes, y compris de bonnes pratiques, qui pourraient restreindre la concurrence :

Les initiatives de normalisation, telles que les bonnes pratiques, peuvent améliorer la qualité, la technologie, la satisfaction des consommateurs et garantir le respect de règles d'éthique commerciale. Toutefois, l'adoption de normes uniformes peut soulever des préoccupations en matière de concurrence si ces efforts restreignent des aspects clés du marché. L'UBA et ses membres doivent donc veiller à ce que les activités de normalisation poursuivent des objectifs pro-concurrentiels. Il est également essentiel que toutes les parties intéressées aient la possibilité de participer au processus d'élaboration des normes et que ces normes soient librement accessibles à l'ensemble des acteurs du secteur.

➤ Les membres ne doivent pas boycotter, refuser de conclure un marché ou exclure des concurrents sans raisons justifiées, objectives et légitimes

Refuser collectivement de collaborer avec certains fournisseurs, agences, annonceurs ou clients, ou convenir d'exclure certaines entreprises d'événements, plateformes ou réseaux professionnels du secteur sans motif légitime, peut être qualifié de comportement anticoncurrentiel.

Cela n'empêche pas l'association professionnelle de fixer des critères d'admission pour ses nouveaux membres, tant que ceux-ci sont objectifs, raisonnables et légitimes.

Il s'agit d'une liste de pratiques interdites non exhaustive. Tous les membres de l'UBA, les participants à ses activités ainsi que les partenaires externes doivent agir avec prudence et garder à l'esprit les principes du droit de la concurrence lors de leurs interactions ou de l'utilisation de l'environnement créé par l'UBA. En cas de situation à risque, il est impératif d'interrompre immédiatement la discussion et de signaler la situation à la personne/au service référent de votre entreprise.

↳ POURQUOI LA CONFORMITÉ EST-ELLE IMPORTANTE ?

Le respect du droit de la concurrence n'est pas seulement une obligation légale, c'est aussi un pilier fondamental d'une pratique commerciale éthique et durable. Au-delà de l'aspect éthique, le non-respect de ces règles expose l'UBA, ses membres, ses partenaires externes ainsi que tout participant à ses activités à des risques et conséquences importants.

Les autorités de la concurrence disposent du pouvoir de mener des enquêtes longues, perturbatrices et coûteuses, y compris inopinées, et peuvent infliger des amendes substantielles, tant aux membres individuellement qu'à l'UBA elle-même. Ces amendes peuvent atteindre jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires annuel d'une entreprise. En outre, les parties lésées par des comportements anticoncurrentiels peuvent réclamer une indemnisation pour les dommages subis.

Le non-respect des règles comporte également un risque élevé en terme de réputation. Même la simple perception d'une infraction peut porter un préjudice irréparable à l'image des membres et de l'UBA, nuire à la confiance des parties prenantes et détériorer les relations commerciales.

L'UBA se réserve le droit de refuser ou de mettre fin à une adhésion, ou de limiter la participation d'un membre à ses activités ou à sa plateforme, s'il existe des motifs objectifs, raisonnables et légitimes pour le faire. Toute infraction présumée ou confirmée, ainsi que les constats et sanctions y afférents, seront consignés dans un registre central des incidents tenu par l'UBA.

En cas de doute ou de préoccupation quant à un sujet ou une discussion pouvant soulever des questions de conformité au droit de la concurrence, il est fortement recommandé de consulter un conseiller juridique.