

Pleinement conscient que les activités des entreprises doivent être exercées dans un contexte de libre concurrence, le CISMA estime en effet essentiel que ses activités soient, en toutes circonstances, menées en conformité avec la législation applicable et plus spécialement avec le droit de la concurrence.

Le CISMA reconnaît que le droit de la concurrence vise à stimuler la libre concurrence, principe auquel il adhère pleinement. Le CISMA pense qu'il est important de réaffirmer ces convictions en adoptant un **Code de bonne conduite**. Celui-ci engage tous les adhérents ainsi que tout participant aux activités du CISMA. Les règles suivantes doivent, en toutes circonstances, être respectées au sein du CISMA.

Par « réunion », on entend toute réunion d'une instance, d'une commission, d'un comité, d'un groupe de travail, et toute autre forme de coopération entre entreprises au sein du CISMA.

LES RÈGLES DE BASE

1. Toute réunion sera précédée d'une convocation écrite invitant les membres à y participer. L'ordre du jour leur sera adressé avant la tenue de la réunion. Il devra être approuvé formellement en début de séance.
2. Chaque réunion fera l'objet d'un compte-rendu, qui sera transmis à l'ensemble des membres concernés. Les comptes-rendus doivent être conservés de manière organisée.
3. Les échanges et discussions liés au marché (c'est-à-dire pouvant concerner la position des membres en situation de concurrence ou pouvant permettre de la déterminer) n'auront lieu que dans le cadre de la réunion officielle qui fera l'objet d'un compte-rendu.
4. Au cours de ces échanges et discussions, il ne doit pas être décidé d'aborder certains sujets sous la condition que les débats ne soient pas consignés dans le compte-rendu. En cas d'exigence d'une telle condition, le président de séance doit refuser d'engager la discussion sur le sujet en question.
5. Chaque réunion doit se tenir en présence d'au moins un collaborateur du syndicat, qui surveillera les sujets sensibles en termes de droit de la concurrence. En cas de doute, un sujet ne sera abordé qu'après un avis juridique favorable, ou après avoir clairement défini les limites à ne pas dépasser au cours de la discussion.

LES SUJETS PROSCRITS

- ❖ Prix de vente, tarifs, révision ou ajustement de prix (prévus), calcul commun des coûts de revient, prix recommandés, remises, marges bénéficiaires et autres sujets liés aux prix des produits ou des services des entreprises membres ;
- ❖ Publication de prix moyens ou de la fourchette de prix pratiqués dans le secteur ;
- ❖ Lorsqu'ils sont sensibles au plan commercial ou concurrentiel et peuvent donc avoir un effet sur la stratégie des entreprises, les échanges entre entreprises membres, d'informations individuelles de marché concernant en particulier la production, le chiffre d'affaires, les ventes, les investissements, les cessions, les dépenses de recherche et développement, ou les intentions ou décisions afférentes à de tels éléments ;
- ❖ Boycott de certains fournisseurs ou clients ou de leurs produits ou services, ou décision de ne pas traiter avec certaines catégories de clients ou autres partenaires ;
- ❖ Réservation d'exclusivité consentie à certains membres pour représenter des producteurs ou des importateurs ;
- ❖ Répartition ou partage du marché, par exemple en attribuant une zone géographique particulière, des contrats, des clients ou des groupes de clients particuliers à certaines entreprises membres ;
- ❖ Limitation de la production ou des ventes ;
- ❖ Consultations préalables relatives à des appels d'offres ou à des réponses à des appels d'offres, qu'il s'agisse de marchés publics ou privés ; décisions d'entreprises membres de répercuter des coûts figurant dans les offres de concurrents ; accord entre tous les concurrents pour majorer leur offre (majoration qui servirait ensuite à "dédommager" les entreprises qui ne sont pas retenues) ;
- ❖ Tout autre sujet qui pourrait conduire à une coordination des pratiques commerciales constituant une entrave à la concurrence.

LES SUJETS ADMIS

- ✓ Les éléments généraux sur la situation de la production ou des ventes, les méthodes de production ou de vente, les données générales macroéconomiques ou conjoncturelles et le climat des affaires, dans la mesure où ces éléments ne comportent pas divulgation d'informations individuelles d'une entreprise ayant un intérêt concurrentiel ;
- ✓ Les échanges d'opinions ou d'expériences, les échanges relatifs aux différents aspects du management, aux méthodes, à la formation professionnelle, aux avancées ou difficultés dans la recherche ou les technologies nécessaires au développement du secteur ;
- ✓ Les activités de lobbying qui visent à défendre les intérêts collectifs du secteur et qui se rapportent principalement à la législation et à d'autres affaires publiques concernant le secteur ; les relations des professionnels du secteur avec les autorités publiques ;
- ✓ Les questions juridiques : ces questions sont, par définition, d'ordre général, étant donné qu'elles affectent les activités d'un ensemble d'entreprises de la même manière ou d'une manière similaire ; les échanges sur les problèmes juridiques rencontrés par les entreprises du secteur ; les questions relatives au droit social et à l'hygiène et à la sécurité, celles relatives à l'environnement et au développement durable, que le CISMA s'attache à améliorer en ce qui concerne les produits du secteur ;
- ✓ Les conditions générales de vente et de prestation, les guides professionnels et autres écrits constatant les usages professionnels : à condition qu'ils ne portent pas sur des paramètres concurrentiels sensibles (prix, tarifs, principe et mode d'indexation des prix, décision de répercussion de certains frais) et à condition que l'application de ces conditions ou documents ne soit pas obligatoire et imposée ;
- ✓ Les questions de normalisation, dès lors :
 - ✓ que la procédure d'élaboration de la norme est transparente et que toute partie intéressée peut y participer,
 - ✓ qu'il n'y a aucune obligation de se conformer à la norme,
 - ✓ que l'accès à la norme est assuré dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires,
 - ✓ et que les discussions, dans le cadre du processus d'élaboration de la norme, se limitent aux aspects techniques.
- ✓ La normalisation ayant pour vocation d'assurer la compatibilité des produits et de favoriser le progrès technique, elle bénéficie donc normalement à l'utilisateur final ;
- ✓ Salons professionnels : les partenariats ou négociations collectives pouvant être menés par le CISMA, ses membres ou les entités qui en dépendent, avec l'organisateur de tel salon, notamment pour en obtenir un meilleur prix ou d'autres conditions, ne constituent pas des violations du droit de la concurrence, étant précisé que toute entreprise est libre de participer à tout salon professionnel de son choix et qu'il ne sera pas demandé à des entreprises, par le biais de mots d'ordres ou de directives, de boycotter un salon ;
- ✓ Conditions d'admission et d'adhésion : le CISMA se prononce, conformément à ses statuts, sur l'admission ou le refus d'admission de nouveaux membres, dès lors que l'accès au marché ou la décision d'achat de produits ou services par les clients n'est pas conditionné de manière nécessaire ou déterminante par le fait d'avoir la qualité de membre du CISMA ;
- ✓ Statistiques et études économiques : le secrétariat du CISMA peut recueillir des informations commerciales individuelles sur des entreprises et les communiquer sous forme agrégée (statistiques, indicateurs et indices économiques, tableaux de bord, etc) ; ces actions se dérouleront dans le strict respect des conditions fixées par le droit de la concurrence, avec une vigilance toute particulière lorsque le marché concerné est oligopolistique et concentré ; en particulier, le secrétariat du CISMA s'engage à ce qu'aucune donnée individuelle d'entreprise ne soit divulguée par lui ou ne puisse être déduite de ces données agrégées.
- ✓ D'autres sujets qui ne tombent pas dans l'un des cas mentionnés plus haut.