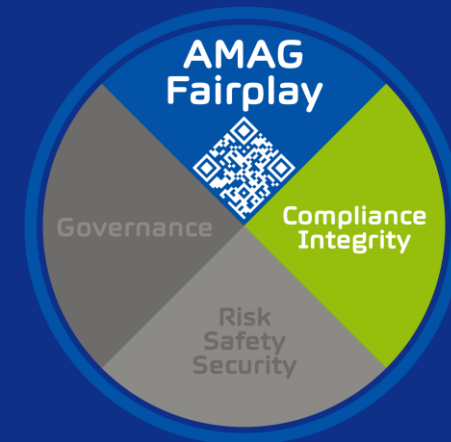




Règles relevant de la loi sur les cartels

Tolérance zéro concernant les accords illégaux en matière de concurrence

Les **accords illégaux en matière de concurrence** recourent:

- les accords sur les **prix** passés avec des concurrents;
- les accords sur les **zones** passés avec des concurrents;
- les accords sur les **clients** passés avec des concurrents;
- les accords passés avec des concurrents en amont d'**appels d'offres publics**.

Tous les concessionnaires et partenaires de service qui n'appartiennent pas à votre groupe d'entreprises sont des concurrents !



Accords illégaux sur les prix

Accords ou échanges d'informations avec des concurrents, p. ex. sur

- les prix et composantes des prix;
- les augmentations et baisses de prix;
- les remises;
- les marges;
- les forfaits de livraison;
- les actions;
- les offres;
- les prix des véhicules de reprise;
- les taux horaires;
- les taux de leasing.

Exemple:

Une conversation avec un vendeur d'un concurrent portant sur la remise que celui-ci a accordé à un client déterminé peut constituer un accord sur les prix.



Accords illégaux sur les zones

Accords ou échanges d'informations avec des concurrents, p. ex. sur

- les «compétences» régionales;
- les entreprises qui publient ou non de la publicité dans telle ou telle zone;
- les clients auxquels sont accordées ou non des remises dans telle ou telle zone.

Exemple:

L'accord passé avec un concurrent en vertu duquel on ne diffusera pas de publicité dans le journal local de l'autre partenaire constitue un accord sur les zones.



Accords illégaux sur les clients

Accords ou échanges d'informations avec des concurrents, p. ex. sur

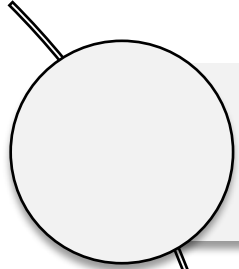
- les entreprises auxquelles tel ou tel client «appartient»;
- les clients qui sont approchés de manière active ou non;
- les clients auxquels une «bonne» offre est proposée ou non.

Exemple:

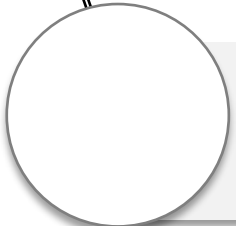
Une conversation avec un concurrent lors de laquelle on convient de ne pas démarcher des clients dans «sa» zone constitue un accord sur les clients.



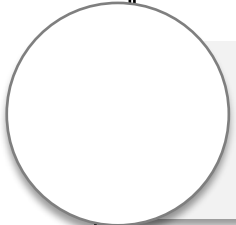
Règles du jeu relevant de la loi sur les cartels applicables lors des salons où des vendeurs de partenaires différents sont représentés sur un stand 1/2



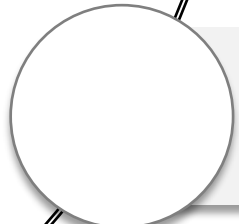
Tous les concessionnaire participants sont **libres de fixer leurs propres prix**. Par exemple, ils décident en toute autonomie si et dans quelle mesure ils accordent des remises.



Les prix des véhicules exposés sont clairement déclarés comme des **prix conseillés sans engagement de l'importateur** ou des **prix catalogue sans engagement**.

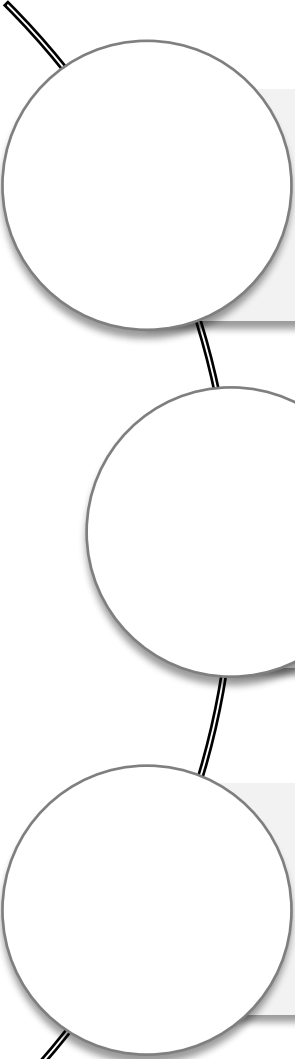


Toute **entente** entre les partenaires participants ou leurs vendeurs sur **l'octroi ou non** de rabais de salon, etc., est interdite.



Il est **interdit d'échanger** des informations sur ces sujets entre partenaires ou entre vendeurs de partenaires différents.

Règles du jeu relevant de la loi sur les cartels applicables lors des salons où des vendeurs de partenaires différents sont représentés sur un stand 2/2



Tous les vendeurs doivent porter un **badge avec leur nom et celui de leur employeur** afin que les clients puissent les identifier comme vendeurs de concessionnaires différents.

Les acheteurs potentiels doivent être **libres de choisir** le vendeur auprès duquel ils souhaitent obtenir des conseils et le concessionnaire auprès duquel ils souhaitent acheter un véhicule.

Clients et acheteurs potentiels **ne doivent pas être répartis** entre partenaires différents. Le client choisit la personne auprès de laquelle il souhaite obtenir une offre ou acquérir un véhicule.