

Pour plus d'informations

Les codes, politiques et instructions se rapportant à la prévention des risques du droit de la concurrence sont disponibles dans le référentiel Groupe et sur le portail intranet de Thales à la page dédiée au droit de la concurrence de la Direction Juridique, Contrats et Conformité.

Sur cette page intranet, vous trouverez également des guides et des brochures supplémentaires qui présentent plus en détail les situations à risques décrites dans ce Code ainsi que la liste des Correspondants Antitrust.

En cas de doute ou pour en savoir plus sur les règles locales spécifiques, demandez un avis juridique et contactez votre Correspondant Antitrust au sein de la Direction Juridique, Contrats et Conformité.

Conception : maaṣar - 09/2025 - © Thales - Crédits photos : shutterstock

Code de Conduite Antitrust



4 rue de la Verrerie
92100 Meudon - France
+33 (0) 1 57 77 80 00

thalesgroup.com





Patrice Caine
Président-directeur
général



Pascal Bouchiat
Directeur général,
Finance et Systèmes
d'Information



Philippe Keryer
Directeur général
délégué, Stratégie,
Recherche
et Technologie



Philippe Knache
Directeur général,
Opérations
et Performance



Peggy Nahmanu
Directrice générale
adjointe,
Communication



Isabelle Simon
Secrétaire général



Pascale Sourisse
Directrice générale,
Développement
International



Clément De Villepin
Directeur général,
Ressources humaines



Philippe Duhamel
Directeur général
adjoint, Systèmes
de Mission de Défense



Hervé Dammann
Directeur général
adjoint, Systèmes
Terrestres et Aériens



Christophe Salomon
Directeur général adjoint,
Systèmes d'Information
et Communication Sécurisés



Yannick Assouad
Directrice générale
adjointe, Avionique



Hervé Derrey
Directeur général
adjoint, Espace



Philippe Vallée
Directeur général
adjoint, Cybersécurité
& Identité Numérique



L'Engagement du COMEX

Le respect du droit de la concurrence contribue à l'équité des relations avec l'ensemble de nos parties prenantes : clients, fournisseurs et partenaires. Il permet d'éviter de lourdes sanctions et d'éventuelles atteintes à l'image de marque de l'entreprise.

Le Direction générale et le Conseil d'Administration se sont engagés à une tolérance zéro face aux violations du droit de la concurrence et condamnent tout agissement ou comportement susceptible de constituer une violation de ces règles.

Conformément à la cartographie des risques Antitrust, le présent Code de Conduite met l'accent sur les **principaux risques au regard du droit de la concurrence, les plus courants** au sein des activités de Thales, et illustre les types de conduite susceptibles de constituer une violation du droit de la concurrence tout en fournissant des conseils pratiques pour lutter au mieux contre ces risques.

Les règles du droit de la concurrence s'imposent à l'ensemble des collaborateurs. Tout manquement à ce Code de Conduite ou aux procédures auxquelles il est fait référence pourra entraîner des sanctions disciplinaires, en plus d'éventuelles poursuites civiles et pénales qui pourraient être engagées en conséquence des infractions constatées.

Les règles	p.5
Les conduites prohibées	p.6
Les situations à risques	p.10
Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients	p.12-21
Echanges d'informations avec les concurrents	
Participation à des appels d'offres	
Coopération avec les partenaires	
Gestion des distributeurs / revendeurs	
Accords d'exclusivité avec des clients/fournisseurs	
fournisseurs	
Situation de pouvoir de marché	p.22-29
Fixation des prix	
Choix des clients	
Fidélisation des clients	
Croissance des ventes	
Les sanctions	p.30
Dispositif d'alerte interne	p.32



Les règles

Le présent Code de conduite Antitrust fournit aux collaborateurs de Thales une présentation simple et concise des grands principes du droit de la concurrence, ainsi que des conseils sur la manière de mener ses activités au quotidien afin d'éviter toute violation de ces règles dans les situations à risques les plus courantes.

Le Code de Conduite Antitrust est complété par des documents plus détaillés et des outils spécifiques qui peuvent apporter une aide supplémentaire, disponibles sur l'intranet de Thales (page de la Direction Juridique, Contrats et Conformité) et dans le référentiel Groupe.

Le présent Code de Conduite s'applique à **l'ensemble des collaborateurs du Groupe**, y compris les collaborateurs externes ou occasionnels qui sont amenés à travailler dans les locaux de Thales. Ceux-ci doivent se l'approprier, s'y conformer et respecter les législations nationales et internationales applicables.

* Les Entités Thales désignent Thales SA, ses filiales à 100 % et les entités sous son contrôle.



Les conduites prohibées

Le droit de la concurrence est fondé sur le principe essentiel selon lequel la concurrence entre les entreprises est le moyen le plus efficace de protéger les intérêts des clients en garantissant des prix plus bas, une meilleure qualité, un choix plus vaste et davantage d'innovations sur le marché.

Ainsi, les règles relatives au droit de la concurrence favorisent la libre concurrence entre les opérateurs du marché et visent à encourager l'innovation et la concurrence par les mérites ainsi qu'à créer des conditions de concurrence équitables.

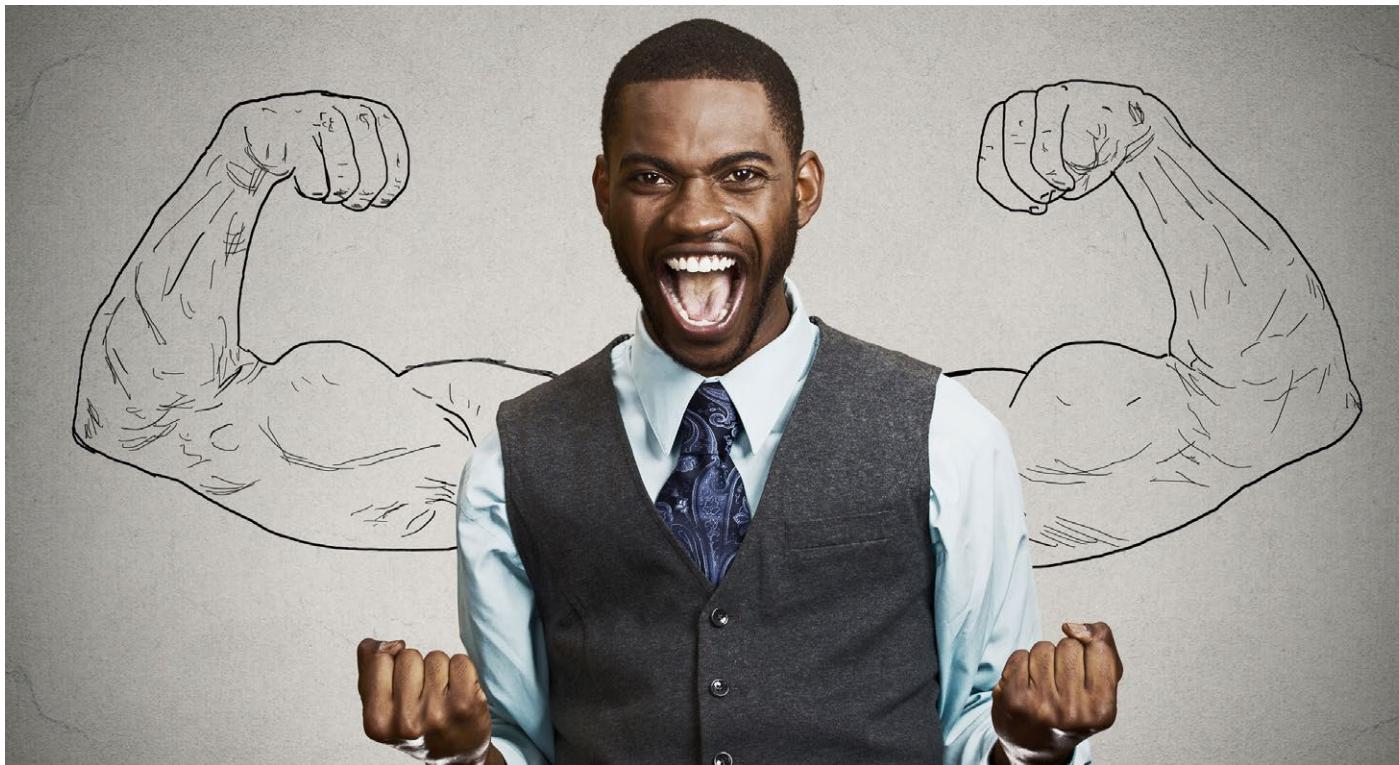
En conséquence, deux grandes catégories de comportements sont prohibées : la coordination anticoncurrentielle (et, en particulier, les « ententes ») et les abus de position dominante.

Thales s'engage à respecter scrupuleusement les règles du droit de la concurrence. Comme rappelé dans le Code d'Éthique, le Groupe s'interdit absolument tout agissement ou comportement pouvant constituer une violation de ces règles.

Qu'est-ce qu'une entente ?

Une « entente » désigne une situation dans laquelle des concurrents s'entendent, de manière expresse ou tacite, pour fixer les prix, limiter la production ou se répartir des marchés ou des clients, ainsi que pour imposer d'autres restrictions de concurrence produisant des effets similaires. Au lieu de se faire concurrence de manière indépendante et de déterminer librement leur stratégie commerciale, les membres d'une entente s'appuient sur une ligne de conduite convenue entre eux, ce qui amène les entreprises à se comporter de manière coordonnée afin d'obtenir des avantages au détriment des clients.

Outre les ententes entre concurrents, certains accords entre non-concurrents peuvent également produire des effets restrictifs sur le marché, telles que certaines restrictions en matière de prix ou de ventes entre un fournisseur et ses distributeurs qui faussent les conditions de concurrence et peuvent empêcher des clients ou des fournisseurs d'accéder au marché.



Qu'est-ce qu'un abus de position dominante ?

On parle d'abus de position dominante lorsqu'une entreprise qui a la capacité d'agir indépendamment de ses concurrents, de ses clients, de ses fournisseurs et, finalement, des utilisateurs finaux (auquel cas elle est dite « dominante ») agit de manière à exclure des concurrents efficaces, à empêcher de nouveaux concurrents d'entrer sur le marché ou à imposer des conditions abusives en exploitant son pouvoir de marché.

Il n'est pas illégal de détenir une position dominante ou une position de leader sur le marché, car elle résulte généralement d'une concurrence par les mérites. Cependant, le pouvoir de marché s'accompagne de responsabilités supplémentaires, si bien que des pratiques et des comportements qui seraient par ailleurs parfaitement légaux en l'absence de position dominante deviennent illégaux lorsqu'une entreprise est dominante. L'identification d'une position dominante nécessite une appréciation juridique complexe afin de définir le marché concerné et d'évaluer l'existence d'un pouvoir de marché sur la base de plusieurs critères (part de marché, barrières à l'entrée, nombre de concurrents et parts de marché respectives, contrôle de la propriété intellectuelle ou d'autres intrants essentiels, etc.). Une part de marché supérieure à 40 % sera souvent considérée comme une position dominante, mais une évaluation au cas par cas, avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, est nécessaire.



Comment éviter une violation du droit de la concurrence ?

Que faut-il faire ?

- ✓ Faire preuve de discernement, de vigilance et de bon sens en toutes circonstances.
- ✓ Respecter strictement les procédures Groupe.
- ✓ En cas de doute, s'abstenir de tout comportement susceptible de présenter des risques.
- ✓ Être en mesure de détecter les situations à risques, se demander si certaines initiatives, sollicitations ou propositions pourraient être illégales et prendre les mesures adéquates pour éviter de se retrouver impliqué dans un scénario contraire au droit de la concurrence.
- ✓ Évaluer, avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, l'existence éventuelle d'une position dominante sur l'un de vos segments de marché.
- ✓ S'interroger en cas de situations et/ou de circuits complexes et/ou inhabituels que l'on aurait des difficultés à justifier.
- ✓ Prendre l'avis de son Correspondant Antitrust ou de son Compliance Officer en cas de doute.
- ✓ Effectuer un signalement via le dispositif d'alerte interne, sa hiérarchie ou son Compliance Officer si vous avez connaissance d'une action qui pourrait être en violation de la politique de Thales en matière de droit de la concurrence.



Les situations à risques

Ce Code de Conduite est basé sur les risques Antitrust identifiés dans la cartographie des risques.

Cette section du Code de Conduite a pour objectif de présenter les risques les plus courants **que vous pouvez rencontrer dans vos activités quotidiennes** à l'aide d'exemples spécifiques et de conseils pratiques sur ce qu'il convient de faire et de ne pas faire dans un cas donné.

Il n'est toutefois pas possible ici d'aborder toutes les situations susceptibles de présenter des risques en droit de la concurrence. Le Groupe peut, par exemple, également être confronté à d'autres risques, tels que le fait d'être bénéficiaire d'aides d'État illégales (subventions accordées sans autorisation appropriée et/ou faussant le marché) ou d'être exposé aux risques de « réalisation anticipée » des projets de concentration (mise en œuvre anticipée de la transaction avant d'avoir reçu les autorisations réglementaires).

Le présent Code de Conduite est complété par **des documents plus détaillés et des outils spécifiques** qui peuvent être utiles et apporter une aide supplémentaire, **disponibles sur l'intranet de Thales (page de la Direction Juridique, Contrats et Conformité) et dans le référentiel Groupe.**

Les collaborateurs sont donc invités à prendre connaissance de ces documents complémentaires et à se rapprocher de leur Correspondant Antitrust ou de leur Compliance Officer s'ils ont des doutes sur un cas spécifique.

Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients

Échanges d'informations avec les concurrents

Contexte

Des collaborateurs de Thales peuvent interagir avec des concurrents dans le cadre de réunions formelles ou informelles, de salons professionnels ou d'associations professionnelles ou, indirectement, par l'intermédiaire de tiers tels que des fournisseurs ou des clients communs.

Des informations sont échangées à ces occasions et ces interactions peuvent être nécessaires et légitimes.

Toutefois, une attention particulière doit être portée à certaines catégories d'informations (celles qui sont considérées comme « commercialement sensibles »).

Enjeux

Le droit de la concurrence interdit les échanges entre concurrents d'informations commercialement sensibles, à savoir des informations qui, une fois échangées, peuvent influencer le comportement sur le marché du destinataire, puisque ces échanges réduisent ou éliminent artificiellement les incertitudes concernant la stratégie du concurrent. Il s'agit notamment, mais non exclusivement, des informations sur les prix, les marges, l'identité des clients et des fournisseurs, la participation à un futur appel d'offres, la stratégie, les projets de R&D, etc.

Les échanges d'informations commercialement sensibles entre concurrents sont illégaux, qu'ils soient directs ou indirects et quelle que soit la manière dont les informations sont partagées. Même une participation passive à une réunion au cours de laquelle des échanges d'informations commercialement sensibles sont divulguées constitue une violation du droit de la concurrence.



Ce qu'il est interdit de faire

- > Échanger avec des concurrents des informations commercialement sensibles, ou discuter avec eux d'informations commercialement sensibles, allant au-delà du strict nécessaire, même s'il s'agit de partenaires, de clients ou de fournisseurs de Thales.
- > Servir de vecteur d'échanges d'informations entre concurrents.
- > Réaliser une analyse comparative avec les concurrents.



Ce qu'il convient de faire

- > Préparer soigneusement en amont les réunions avec les concurrents, avec un ordre du jour écrit.
- > Respecter l'ordre du jour pendant la réunion et exprimer ses réserves si les participants ne le respectent pas.
- > S'opposer immédiatement à l'échange d'informations commercialement sensibles, quitter la discussion et s'assurer que cette opposition et ce départ sont consignés dans le compte-rendu de la réunion.
- > S'assurer que la réunion fait l'objet d'un compte-rendu, revoir le compte-rendu et partager ses objections par écrit.
- > Signaler rapidement tout incident à ses responsables hiérarchiques et à la Direction Juridique, Contrats et Conformité.
- > Être particulièrement vigilant lors des réunions d'associations professionnelles /salons professionnels.
- > Rester très prudent même dans des contextes informels (par exemple, lors de dîners ou de cocktails).



Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients

Participation à des appels d'offres

Contexte

La participation à des procédures d'appel d'offres relève des activités quotidiennes de Thales.

Ces procédures sont utilisées par les clients (publics ou privés) pour mettre des entreprises en concurrence, dans le but d'obtenir des offres et de retenir la meilleure (en termes de qualité et de prix) pour l'achat de certains biens ou services.

Enjeux

Les participants à une procédure d'appel d'offres ne doivent pas coordonner le contenu de leurs offres ni leur stratégie en vue d'influencer l'issue de l'appel d'offres, de prédéterminer un gagnant entre eux et de se répartir le marché (« manipulation ou truquage des procédures d'appels d'offres »).

La manipulation des procédures d'appel d'offres donne l'impression au client que l'appel d'offres est véritablement concurrentiel alors qu'en réalité, son issue est manipulée par les participants.

La manipulation des procédures d'appel d'offres est strictement illégale et sévèrement punie comme une entente.



Ce qu'il est interdit de faire

- > Discuter de la stratégie d'appel d'offres avec un concurrent.
- > Tromper les clients quant à l'indépendance de l'offre.
- > S'entendre avec des concurrents pour déterminer qui remportera un appel d'offres.
- > Accepter de soumettre une offre à un prix artificiellement plus élevé que celui des concurrents ou avec un cahier des charges technique ne répondant pas aux attentes du client afin de créer une impression de concurrence.
- > Accepter de ne pas soumettre d'offre ou retirer une offre déjà déposée afin de favoriser l'attribution du marché à un autre concurrent.
- > Accepter une compensation au travers d'une sous-traitance de la part du concurrent qui a remporté le marché en contrepartie de ne pas avoir présenté d'offre ou d'avoir présenté une offre à des conditions artificielles.



Ce qu'il convient de faire

- > Déterminer de manière autonome sa stratégie à l'égard de l'appel d'offres (y compris quant à la participation ou non).
- > Conserver une trace des décisions prises au cours du processus d'appel d'offres et leur justification (offre/absence d'offre, stratégie d'appel d'offres, conditions générales de l'offre, etc.).
- > Éviter toute situation qui pourrait être perçue (même à tort) comme une forme de coordination ou de prétendue coordination avec un concurrent.

Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients

Coopération avec des partenaires



Contexte

Thales travaille régulièrement avec des partenaires afin de mieux répondre aux demandes de ses clients.

La coopération avec des partenaires, qui prend souvent la forme d'une « offre commune », couvre un vaste éventail de situations et d'accords, qui ont pour objectif commun d'unir les forces afin de soumettre une offre dans le cadre d'un appel d'offres.

Généralement, une offre commune permet à Thales de participer à des projets auxquels il ne pourrait pas répondre seul, en raison de produits ou services manquant, de la taille du projet ou de sa complexité.

Enjeux

Une offre commune peut présenter des risques relatifs au droit de la concurrence lorsque la coopération ne repose pas sur des justifications techniques ou économiques réelles, ou n'est ni nécessaire ni proportionnée par rapport au périmètre du projet.

En effet, de telles situations peuvent entraîner une limitation injustifiée de la concurrence, en particulier si le ou les partenaires auraient pu soumissionner seuls, et aboutir à une répartition du marché entre les partenaires.

Par conséquent, le Groupe veille à ce que ce type d'accords soit dûment justifié et que leur fondement soit favorable à la concurrence.



Ce qu'il est interdit de faire

- > Se servir d'une offre commune comme moyen de se répartir le marché ou de partager des informations commercialement sensibles avec des concurrents.
- > S'engager dans une offre commune qui entraînerait l'élimination des autres concurrents.
- > S'aligner avec le partenaire de l'offre commune sur des éléments qui dépassent le cadre de l'appel d'offres, tels que les stratégies futures en matière de prix ou la répartition des marchés/clients.
- > Prédéfinir un pourcentage de répartition des tâches et/ou un mécanisme de compensation pour respecter ce pourcentage.



Ce qu'il convient de faire

- > Avoir des raisons économiques ou techniques solides pour s'engager dans une offre commune.
- > Justifier le choix du partenaire comme étant le plus adapté à Thales et identifier clairement les complémentarités entre Thales et le partenaire envisagé.
- > S'assurer que la répartition des tâches est dûment justifiée et conforme aux complémentarités.
- > Veiller à ce que l'offre commune soit avantageuse pour le client.
- > Évaluer si les clients disposeront encore d'un nombre suffisant d'offres alternatives crédibles.
- > Ne partager que les informations strictement nécessaires à l'offre commune et au bon moment (une fois le principe de l'offre commune dûment validé).
- > Consulter la Direction Juridique, Contrats et Conformité sur la faisabilité de la coopération.

Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients

Gestion des distributeurs/revendeurs

Enjeux

L'indépendance des distributeurs et des revendeurs en matière de fixation de leur politique de prix à l'égard de leurs clients est une préoccupation majeure du droit de la concurrence : ils doivent rester libres de fixer le prix des produits ou des services qu'ils vendent sur le marché, afin qu'une concurrence réelle existe entre eux et que les clients bénéficient des meilleurs prix et services.

Ainsi, il est généralement interdit de fixer ou d'imposer un prix de revente minimum aux distributeurs/revendeurs, car une telle pratique restreint leur propre stratégie commerciale, limite la concurrence et élimine la pression sur les prix.

En revanche, des prix de revente maximums peuvent être autorisés dans certains cas, à condition qu'ils ne reviennent pas à un prix de vente minimum ou fixe résultant de pressions ou d'incitations de Thales ou ne deviennent pas une valeur de référence pour les revendeurs.

Ce qu'il est interdit de faire

- Fixer un prix / une marge de revente fixe ou minimum.
- Participer aux décisions en matière de politique de prix de tout distributeur/revendeur (par exemple, niveau de remise accordé aux clients).
- Refuser (ou retarder ou encore limiter) l'approvisionnement des distributeurs/revendeurs s'ils vendent en dessous d'un prix / d'une marge fixe ou minimum.
- Proposer aux distributeurs/revendeurs une remise/une prime/un rabais s'ils vendent à ou au-dessus d'un prix / d'une marge minimum.
- Exercer des pressions, menacer ou sanctionner les distributeurs/revendeurs afin de les forcer à adopter un prix recommandé.



Ce qu'il convient de faire

- Déterminer librement ses prix et ses conditions vis-à-vis de ses distributeurs/revendeurs directs.
- Laisser le distributeur/revendeur déterminer son prix de revente en toute autonomie.
- Si Thales ne vend pas le produit directement, adresser toute question du client final / revendeur indirect sur la politique de prix au distributeur/revendeur concerné.
- Recommander des prix de revente dans la mesure où il est clairement précisé que le prix indiqué n'est qu'une recommandation et qu'il n'y a aucune obligation de s'y conformer.

Contexte

Certaines activités de Thales s'appuient sur un vaste réseau de distributeurs et de revendeurs pour mener leurs opérations et atteindre les clients avec un niveau accru de proximité et de services.

Une attention particulière doit être portée à la gestion de ces relations, afin d'éviter que des restrictions injustifiées soient imposées aux distributeurs/revendeurs.

Relations avec les concurrents, partenaires, fournisseurs et clients

Accords d'exclusivité avec des clients/fournisseurs

Contexte

Pour amortir des investissements antérieurs, protéger son savoir-faire ou partager les risques, Thales peut vouloir imposer dans certains accords contractuels avec des fournisseurs ou des clients des clauses d'exclusivité et des restrictions équivalentes (obligations de non-concurrence, quotas).

Ces restrictions visent à empêcher les partenaires de traiter avec des fournisseurs concurrents ou des clients ou encore d'adresser certains segments de marché.

Enjeux

Dans la mesure où elles consistent à limiter l'accès au marché et les choix de la partie liée par un tel engagement, les clauses d'exclusivité ou de non-concurrence restreignent par nature la concurrence sur un marché donné.

Il convient d'analyser attentivement ces clauses au cas par cas, afin d'évaluer les effets pro et anti-concurrentiels. Leur portée et leur durée sont des éléments clés d'une telle évaluation.



Ce qu'il est interdit de faire

- > Imposer une clause d'exclusivité / de non-concurrence illimitée ou facilement renouvelable.
- > Imposer une clause d'exclusivité / de non-concurrence dont la durée va au-delà de la durée du contrat.
- > Imposer une clause d'exclusivité / de non-concurrence lorsque son bénéficiaire dispose d'un pouvoir de marché important.
- > Imposer une clause d'exclusivité / de non-concurrence dans le seul but de limiter le choix du client.



Ce qu'il convient de faire

- > Justifier objectivement la clause d'exclusivité / de non-concurrence à l'aide d'arguments favorables à la concurrence.
- > Évaluer la nature du produit, la maturité du marché et la position des parties sur le marché si une clause d'exclusivité / de non-concurrence est envisagée.
- > Limiter la portée et la durée de la clause d'exclusivité / de non-concurrence à ce qui est strictement nécessaire et proportionné à sa justification.



Situation de pouvoir de marché

Fixation des prix

Contexte

Les entreprises sont généralement libres de fixer leurs conditions commerciales et, en particulier, les prix qu'elles souhaitent appliquer à leurs clients, y compris des prix différents pour différents clients.

Bien que cette approche ne présente généralement pas de risques en droit de la concurrence, les entreprises occupant une position dominante peuvent être tenues de respecter certaines règles.

Il est donc essentiel de procéder à une évaluation, avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, afin de déterminer si votre entité pourrait être soumise à de telles règles.

Enjeux

Lorsqu'une entreprise dominante impose des conditions différentes (prix ou autres conditions) à des transactions équivalentes sans raison commerciale légitime, cette pratique peut être considérée comme une discrimination illégale.

En effet, cette différence de traitement peut fausser la concurrence entre les clients de l'entreprise dominante.



Ce qu'il est interdit de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Appliquer des prix différents à des clients qui se trouvent dans la même situation.
- > Appliquer les mêmes conditions à des transactions différentes.



Ce qu'il convient de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Être en mesure de justifier les différences de prix appliqués aux clients par des éléments objectifs solides et un rationnel économique démontrable.

Situation de pouvoir de marché

Choix des clients



Contexte

Dans le cours normal des affaires, les entreprises sont libres de choisir les produits qu'elles souhaitent vendre, ainsi que les prix et les clients auxquels elles souhaitent les vendre.

Cependant, les entreprises qui occupent une position dominante ne jouissent pas d'une telle liberté et doivent se conformer à des contraintes supplémentaires.

Avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, il est essentiel de procéder à une analyse afin de déterminer si votre entité est soumise à ces règles.

Enjeux

Un refus de vente peut constituer un abus de position dominante lorsqu'il émane d'une entreprise occupant une position dominante dans le but de restreindre la concurrence ou d'empêcher l'entrée de nouveaux concurrents sur le marché.

C'est notamment le cas lorsque l'entreprise dominante possède un intrant essentiel dont d'autres concurrents dépendent.

Ce comportement est illégal, car il est considéré comme un moyen inapproprié de protéger le pouvoir de marché en empêchant l'accès au marché et en limitant l'innovation.



Ce qu'il est interdit de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Refuser aux concurrents l'accès à des intrants, technologies, services ou actifs clés pour être présent sur le marché, lorsqu'aucune alternative n'est disponible.



Ce qu'il convient de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Étudier la possibilité d'alternatives crédibles à la solution de Thales.
- > Définir les raisons objectives justifiant le refus de vente et évaluer son impact sur le marché.
- > Permettre l'accès aux intrants essentiels ou aux technologies clés à des conditions économiques équitables et de manière non discriminatoire.



Situation de pouvoir de marché

Fidélisation des clients

Contexte

L'ambition de Thales est de bâtir des relations solides avec ses clients, en leur apportant valeur ajoutée, confiance et satisfaction, de manière à renforcer leur fidélisation.

Les programmes de fidélisation de la clientèle, notamment la politique de rabais qui récompense les clients s'approvisionnant principalement ou exclusivement auprès de Thales, stimulent la relation client et contribuent à leur fidélité.

Toutefois, des règles spéciales s'appliquent aux entreprises occupant une position dominante sur leur segment de marché.

Avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, il est essentiel de procéder à une analyse afin de déterminer si votre entité est soumise à ces règles.

Enjeux

Les rabais accordés par une entreprise dominante peuvent être illégaux car ils peuvent accroître artificiellement la dépendance des clients vis-à-vis de l'entreprise dominante et les dissuader de se tourner vers d'autres fournisseurs, limitant ainsi les opportunités de marché pour les concurrents. Il peut en découler la sortie du marché de certains concurrents et donc la perte d'une véritable concurrence.

Par conséquent, avant d'accorder de tels rabais, il convient d'analyser attentivement la situation au cas par cas, en déterminant les raisons objectives justifiant le rabais et en évaluant son impact sur le marché.



Ce qu'il est interdit de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Accorder des rabais aux clients à condition qu'ils s'approvisionnent exclusivement auprès de Thales.
- > Accorder des rabais dans le but d'empêcher l'entrée ou le développement de concurrents.
- > Accorder des rabais qui ne correspondent pas à des gains d'efficacité (par exemple, économies d'échelle).



Ce qu'il convient de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Justifier objectivement tout rabais (par exemple, économies d'échelle, investissements spécifiques).
- > Accorder des rabais pour une courte durée.
- > Évaluer avec soin les seuils déclenchant le rabais.
- > Considérer l'impact sur le marché et la possibilité pour les concurrents d'accorder des rabais équivalents.

Situation de pouvoir de marché

Croissance des ventes

Contexte

Pour développer leur activité, les entreprises peuvent mettre en œuvre des stratégies de vente liée ou de vente groupée visant à inciter leurs clients existants à acheter des produits ou des solutions supplémentaires.

En général, ces pratiques commerciales génèrent des gains d'efficacité tant pour Thales que pour ses clients, mais elles méritent une attention particulière en cas de position dominante sur un segment de marché.

Avec l'aide de la Direction Juridique, Contrats et Conformité, il est essentiel de procéder à une analyse afin de déterminer si votre entité est soumise à ces règles.

Enjeux

La vente liée (vendre deux solutions ensemble) et la vente groupée (proposer un « lot » à un prix inférieur à celui des solutions individuelles) sont illégales lorsqu'elles sont utilisées par une entreprise dominante pour tirer parti de son pouvoir de marché et l'étendre à un autre segment de marché où elle n'occupe pas de position dominante.

En effet, les concurrents qui ne proposent pas les deux solutions auraient plus de difficultés à attirer des clients et cela limiterait donc le choix des clients en matière de diversification de leurs sources d'approvisionnement.

Ce comportement peut limiter l'accès des concurrents au marché des produits où l'entreprise n'est pas en position dominante et donc restreindre le choix des clients.



Ce qu'il convient de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Laisser aux clients la possibilité de choisir d'acheter les solutions séparément.
- > Éviter de lier technologiquement deux solutions différentes à moins que cela ne soit justifié par des raisons techniques. Dans un tel cas, proposer la possibilité d'acheter chaque solution séparément.
- > Être en mesure de justifier objectivement tout rabais sur un lot par des gains d'efficacité.



Ce qu'il est interdit de faire

Si Thales occupe une position dominante sur un segment de marché :

- > Obliger les clients à acheter un « lot » comprenant une solution distincte.
- > Conditionner la fourniture d'une solution à l'achat d'une autre.
- > Sanctionner ou menacer de sanctionner les clients dont la stratégie est de faire appel à plusieurs sources d'approvisionnement pour différents besoins.
- > Proposer des rabais sur une deuxième solution, ou proposer un prix pour un « lot » inférieur à la somme de ses composantes.
- > Rendre technologiquement impossible l'utilisation séparée de deux solutions différentes.



Les sanctions

Le droit de la concurrence est strictement appliqué à l'échelle mondiale et toute violation peut entraîner de graves conséquences pour le Groupe et pour les personnes impliquées.

Comme souligné ci-dessus, Thales s'est engagé à une tolérance zéro face aux violations du droit de la concurrence et interdit tout agissement ou comportement susceptible de constituer une violation de ces règles.

En aucun cas, la conviction d'agir dans l'intérêt de Thales ne peut justifier, même en partie, des comportements contraires avec le présent Code de Conduite.

Le non-respect par un collaborateur du droit de la concurrence ou du présent Code de Conduite est susceptible d'entraîner une **sanction disciplinaire** pouvant aller jusqu'au licenciement pour faute grave ou faute lourde, indépendamment d'éventuelles poursuites civiles et pénales qui pourraient être engagées en conséquence des infractions constatées.

Les sanctions peuvent notamment être :

Pour les collaborateurs :

- > des amendes.
- > des peines d'emprisonnement.
- > une inéligibilité au poste d'administrateur.
- > le cas échéant, des mesures disciplinaires dans le respect des lois locales.

Pour Thales :

- > des amendes (jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial annuel du Groupe).
- > d'interdictions de soumissionner dans le cadre de marchés publics.
- > des actions en dommages et intérêts intentées par les victimes.
- > d'un impact sur la réputation de Thales et son image pour de longues années.
- > la nullité des accords illégaux.



Dispositif d'alerte interne

Thales promeut une culture de confiance, basée sur l'éthique, l'intégrité et la conformité, et encourage ses collaborateurs à partager leurs doutes et préoccupations sur des situations ou comportements qui iraient à l'encontre du présent Code de Conduite et/ou du Code d'Éthique, de l'une des politiques et/ou instructions associées du Groupe ou de toute disposition légale ou réglementaire.

Il est **important de signaler toutes violations potentielles** afin de **protéger le Groupe** et les intérêts de ses parties prenantes.

De manière générale, **en cas de doute face à une situation concrète, il est demandé à chaque collaborateur :**

> de consulter les codes, politiques et instructions mises en place par le groupe Thales et répertoriées dans le référentiel du groupe Thales (accessible depuis le portail intranet de Thales).

> **de solliciter l'avis de son Chief Compliance Officer/Compliance Officer et/ou de son Correspondant Antitrust au sein de la Direction Juridique, Contrats et Conformité.**

Quoiqu'il arrive, **en cas de sérieux doute sur le comportement d'un tiers ou d'un employé qui irait à l'encontre des dispositions du présent Code de Conduite et/ou du Code d'Éthique, il est important que le collaborateur alerte son responsable hiérarchique, et/ou son Chief Compliance Officer/Compliance Officer et/ou son Correspondant Antitrust au sein de la Direction Juridique, Contrats et Conformité.**

Thales s'engage à n'exercer aucune représaille à l'encontre de tout collaborateur qui, agissant de bonne foi, aura signalé des faits susceptibles de relever des conduites ou des situations contraires aux dispositions du présent Code de Conduite et/ou du Code d'Éthique, **et à traiter les signalements dans le respect de la confidentialité et des règles relatives au traitement des données personnelles.**

L'instruction **Dispositif d'alerte interne** précise les modalités applicables à la gestion et au traitement des signalements reçus via le dispositif d'alerte interne.

Un **Guide d'utilisation du dispositif d'alerte interne** en résume les conditions et modalités d'utilisation.

Plusieurs canaux peuvent être utilisés pour effectuer un signalement :

> Signalement via le canal hiérarchique ou à **un Référent au sein de la Direction Juridique, Contrats et Conformité : le signalement via le canal hiérarchique ou à un Référent peut intervenir par tout moyen de communication : courriel, courrier, téléphone, contact personnel.**

> Signalement via le **dispositif dédié de recueil d'alertes (Thales Alert Lines)** : ce dispositif s'appuie sur une **plateforme Internet fournie par un prestataire externe** sélectionné par Thales.

Les signalements peuvent être effectués **24 heures sur 24 et 7 jours sur 7** dans plusieurs langues. Des mesures sont en place pour garantir les meilleures conditions **de confidentialité, de sécurité et de protection des données personnelles.**

Tous les échanges et les informations recueillies dans la plateforme sont cryptés et uniquement visibles par les utilisateurs autorisés.

Un lien vers la **plateforme Thales Alert Lines** est disponible depuis la page Intranet Direction Éthique & Intégrité ou page Internet Thalesgoup/Responsabilité d'entreprises/Codes et Chartes).



Pour en savoir plus sur le sujet

- > Vous pouvez consulter les documents suivants :
 - Instruction « **Gestion du dispositif d'alerte interne** » ;
 - « **Guide d'utilisation du dispositif d'alerte interne** ».
- > En cas de doute, le collaborateur doit se rapprocher de son Compliance Officer et/ou de son Correspondant Antitrust.