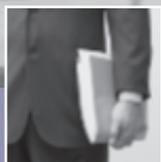


Código de la Competencia del Grupo Legrand



NUESTRA CULTURA, NUESTRO COMPROMISO

 legrand®

**Una competencia
sana y leal
garantiza el óptimo
funcionamiento
de los mercados
y fomenta la
innovación a largo
plazo**

Los principios generales de comportamiento y acción de Legrand y sus empleados se encuentran establecidos en los Principios Fundamentales que recuerdan los valores clave del grupo. Éstos se inscriben en el respeto de la legalidad y, especialmente, de la ley de competencia.

De hecho, una competencia sana y leal garantiza el funcionamiento óptimo de los mercados y favorece la innovación a largo plazo.

No obstante, un enfoque de este tipo sólo es legítimo si todos los colaboradores lo aceptan y participan en su promoción en la gestión de nuestras relaciones comerciales diarias. Cualquier infracción cometida por un empleado puede exponer a Legrand a acciones legales por parte de las autoridades competentes, e implicar unas sanciones financieras y penales considerables. Por tanto, la dirección desea sensibilizar a todos y a cada uno de los empleados del grupo sobre la importancia del respeto de las

buenas prácticas comerciales, así como sobre la comprensión de estos objetivos principales.

El inicio de acciones legales contra Legrand podría afectar negativamente al prestigio del grupo, a su salud financiera, e incluso a la continuidad de sus actividades. Cometer una infracción contra la ley de competencia es un acto muy grave que compromete la responsabilidad de los empleados para con su empresario y la comunidad.

Ruego que lean detenidamente las siguientes páginas y apliquen estrictamente las indicaciones que contienen.



Benoît Coquart
Director General

Código de la Competencia del Grupo Legrand



Sumario

1. Introducción

Utilización de esta guía.....	5
Cadena económica de Legrand.....	5

2. Prácticas que deben prohibirse

Acuerdos prohibidos entre competidores	7
Acuerdos verticales prohibidos.....	8
Intercambios de información con los competidores.....	8

3. Prácticas peligrosas cuya licitud depende de las circunstancias

Acuerdos entre competidores.....	11
Acuerdos de compraventa entre competidores.....	12
Acuerdos verticales.....	12
Prohibición de los abusos de posición dominante.....	13

4. Recomendaciones prácticas: situaciones concretas ante las cuales se debe estar especialmente alerta

Actividades de las asociaciones profesionales / Organismos normativos.....	17
Encuentros inevitables / informales con los competidores (cenas, cocktails, ...).	19
Visitas organizadas a fábricas fuera de cualquier proyecto de adquisición.....	19
Negociaciones previas a las adquisiciones o cesiones de filiales o de actividades.....	19

5. Conclusión	21
----------------------------	----



Esta guía debe servir para identificar tanto los comportamientos que deben prohibirse en el seno del grupo como las situaciones que suponen un riesgo

1. Introducción

■ Utilización de esta guía

La finalidad de esta guía es sensibilizar a los colaboradores del grupo sobre las prácticas y reglas relativas a la competencia. La presente guía concierne a todos los colaboradores.

Para permitir una mejor comprensión de los principios jurídicos subyacentes, en la guía se utiliza un vocabulario sencillo; no abarca el conjunto de los textos y reglas que regulan la ley de la competencia, ni el conjunto de las situaciones de riesgo. Además, en caso de duda o incompreensión de algunos puntos, el servicio jurídico del grupo se encuentra a disposición de todos los trabajadores para proporcionarles la ayuda necesaria.

Esta guía describe las situaciones que presentan algún riesgo para un grupo industrial como Legrand. Hay que comprender que todos los comportamientos o prácticas que puedan alterar o reducir el juego de la competencia en un mercado determinado, de forma voluntaria o involuntaria, deben vigilarse con la máxima atención.

Queremos hacer hincapié en el hecho de que esta guía no es exhaustiva, y que no tiene por objetivo convertir a todos en especialistas de la legislación sobre la competencia. No obstante, de forma muy pragmática, debe dar la posibilidad de identificar los comportamientos que se

deben prohibirse en el grupo, y reconocer las situaciones que presentan riesgos. En caso de duda, invitamos a todos a que se pongan en contacto con el servicio jurídico del grupo para obtener una opinión más clara.

■ Cadena económica de Legrand

La cadena económica del grupo se presenta de la siguiente manera:

- Por una parte, con los proveedores de materias primas, los proveedores de servicios y los subcontratistas ;
- Por otra, con el abanico de canales de distribución primarios representados por los grandes distribuidores, las centrales de compra y el conjunto de los clientes-usuarios finales, e;
- Indirectamente, con los actores prescriptores de las soluciones Legrand.

El grupo es un actor importante en su cadena económica. Tiene una gran presencia en los organismos profesionales. Además, posee participaciones de mercado significativas, lo que le obliga a estar muy atento al cumplimiento de las reglas de competencia, especialmente las relativas a los abusos de posición dominante. Por consiguiente, no se debe descuidar este riesgo subestimando nuestras obligaciones legales en términos de cumplimiento de las reglas de competencia.



Los acuerdos relativos a la fijación de precios y al reparto de los mercados se consideran las violaciones más graves

2. Prácticas que deben prohibirse

A continuación se exponen las principales prácticas prohibidas en la mayoría de los países, de las cuales hay que abstenerse absolutamente.

Principalmente se trata de los acuerdos o intercambios de información entre empresas competidoras que operan al mismo nivel de la cadena económica (1), pero a veces también de acuerdos denominados verticales (2), que se producen entre empresas que operan a niveles diferentes de la cadena de producción (por ejemplo un proveedor, distribuidor, minorista, cliente).

■ Acuerdos prohibidos entre competidores

Los acuerdos o prácticas concertadas entre varias empresas que operan a un mismo nivel del mercado constituyen violaciones caracterizadas de la ley de la competencia, prohibidas por principio cuando se refieren concretamente a:

- la fijación de precios (para un año, una zona geográfica, una familia de productos, etc.);
- el reparto de zonas geográficas, de la clientela o de mercados;
- la limitación de la producción o capacidades;

- los intercambios de información confidencial;
- la forma de responder a los concursos con la intención de compartir la información importante;
- el boicot a otros competidores.

En esta lista no exhaustiva, los acuerdos relativos a la fijación de los precios y al reparto de los mercados se consideran como las violaciones más graves.



Cada actor debe ser libre de fijar los precios que desea de forma independiente

■ Acuerdos verticales prohibidos

Se trata de acuerdos entre varias empresas que evolucionan a diferentes niveles de la cadena económica de un mercado y que por consiguiente afectan al juego de la competencia.

En este sentido, se deben evitar especialmente las prácticas que consisten en:

- Llegar a acuerdos con uno (o varios) distribuidor(es) para fijar los precios de venta al cliente final aplicados por el distribuidor;
- Llegar a acuerdos con uno (o varios) distribuidor(es) para fijar su nivel de margen.

Cada actor debe ser libre de fijar de forma autónoma el precio que desea en función de su propio precio de coste, y no debe ser influido de ninguna manera.

No obstante, un proveedor puede aconsejar un precio de venta a sus distribuidores pero no les debe imponer dicho precio, ya que cometería una restricción caracterizada de la competencia, sin justificación posible.

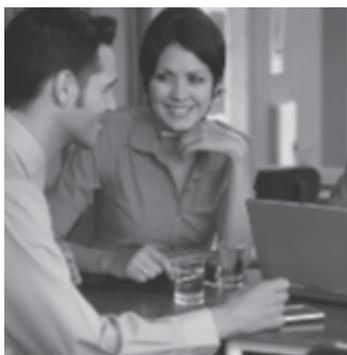
■ Intercambios de información con los competidores

El intercambio de información comercialmente sensible entre competidores aumenta artificialmente el nivel de transparencia existente en un mercado, provocando la reducción de la competencia, anulando la incertidumbre respecto a los comportamientos y a la estrategia de los competidores, y aumentando el riesgo de coordinación.

Por esta razón, queda estrictamente prohibido que los colaboradores intercambien cualquier información comercialmente sensible con los competidores, especialmente:

- Precios actuales, futuros o antiguos;
- Participaciones de mercado;
- Márgenes;
- Beneficios;
- Volumen de actividad;
- Identidad de los clientes;
- Condiciones de venta;
- Intenciones relativas a un concurso;
- Estimaciones de los costes de la empresa;
- Técnicas de distribución;
- Intenciones en materia de inversión o innovación.

Existe un reducido número de casos en los cuales los competidores pueden intercambiar alguna información sensible. Estos casos se limitan a las actividades relacionadas con las asociaciones profesionales o cuando el carácter lícito de la situación ha sido validado por el servicio jurídico. De hecho, en algunos casos, los intercambios de información se permiten por la necesidad de concluir un acuerdo legal o continuar negociaciones en el marco de una adquisición o cesión. El contenido y el alcance de estos intercambios de información deben haber sido cuidadosamente validados por el servicio jurídico.



Actitudes que deben adoptarse

Las prácticas arriba indicadas quedan prohibidas en el grupo Legrand.

Si usted descubre o sospecha de prácticas prohibidas ya iniciadas, póngase en contacto con su corresponsal de ética lo antes posible.

Si recibe propuestas, por escrito (carta, fax, e-mail) o verbalmente, de un competidor u otro tercero con el fin de alcanzar un acuerdo prohibido, o de forma más general para realizar alguna de las prácticas arriba mencionadas, debe negarse a participar en el intercambio e informar a su superior



**Respetar las
normas de
competencia**

3. Prácticas peligrosas cuya licitud depende de las circunstancias

Algunas prácticas pueden revestir un carácter lícito o ilícito según las situaciones o la estructura del mercado. Este tipo de prácticas (implantación de acuerdos de cooperación, etc.) persiguen un objetivo lícito, pero hay que vigilar que su realización también respete las reglas de competencia.

Queremos hacer hincapié en el hecho de que la persecución de un objetivo lícito puede perjudicar involuntariamente a algún participante del mercado o de un mercado relacionado y/o deteriorar las condiciones de la competencia.

Si se diera cualquiera de estos casos, es necesario ponerse en contacto con el servicio jurídico del grupo para validar el carácter lícito del acuerdo o de la acción que desee iniciar.

■ Acuerdos entre competidores

Los acuerdos celebrados entre competidores conllevan potencialmente riesgos para el grupo. Estas situaciones no están sistemáticamente prohibidas, pero previamente se deberá realizar un análisis preciso de la situación, las condiciones y modalidades del acuerdo. El objetivo subyacente de

estos acuerdos nunca debe ser la limitación de la competencia que debe existir entre dos o varias empresas competidoras.

A título de ejemplo podemos mencionar los siguientes acuerdos:

- Acuerdos de puesta en común de los medios de producción;
- Acuerdos de cooperación industrial;
- Acuerdos de transmisión de tecnología (acuerdos de licencia o cesión de patentes, por ejemplo) ;
- Acuerdos de comercialización en común;
- Acuerdos de normalización;
- Respuestas agrupadas a concursos.



Se recomienda consultar al servicio jurídico antes de cerrar ciertos acuerdos

12

■ Acuerdos de compraventa entre competidores

El grupo puede decidir proveer a un competidor o proveerse a través de él. No obstante, este tipo de acuerdos se deben justificar. Estos acuerdos no deben constituir un medio camuflado para obtener información sensible sobre los competidores (especialmente sobre las capacidades de producción o los precios de la competencia).

Por consiguiente, en el marco de las negociaciones y acuerdos relativos a operaciones de compraventa entre competidores, únicamente los productos a los que conciernen los acuerdos en cuestión deben ser objeto de intercambios de información. Está prohibido discutir sobre otros productos o condiciones tarifarias relativas a terceros.

Las autoridades de competencia no animan automáticamente a la celebración de acuerdos de este tipo; por tanto se debe consultar al servicio jurídico antes de tomar cualquier iniciativa de esta clase.

■ Acuerdos verticales

Es importante no intentar limitar la libertad comercial de la otra parte del contrato. Por tanto, se debe consultar al servicio jurídico en caso de que un acuerdo previsto pretenda:

- aconsejar precios de venta;
- limitar la zona comercial en la cual una de las partes desea operar;
- prohibir que el cocontratante mantenga relaciones comerciales con competidores del grupo (por ejemplo limitando su capacidad de aprovisionamiento a través de proveedores competidores o imponiéndole una exclusividad de aprovisionamiento);
- limitar las capacidades de diversificación de la cartera de clientes del cocontratante;
- comprometerse a proveerse a través de un único cocontratante y no dirigirse a otros prestatarios / proveedores;
- comprometerse a proveer únicamente al cocontratante para una zona determinada y no dirigirse a otros distribuidores (por ejemplo concediéndole una exclusividad territorial).

Una situación de posición dominante constituye un factor de mayor vigilancia

■ Prohibición de los abusos de posición dominante

Los abusos de posición dominante son las prácticas comerciales anticompetenciales a las cuales es susceptible de sucumbir una empresa en posición dominante, es decir, una empresa que dispone de un « poder de mercado », para conservar o reforzar su posición dominante cerrando el mercado a la llegada de nuevos actores o excluyendo a competidores ya presentes, en detrimento de los clientes y los consumidores finales.

La cuota de mercado constituye un índice predominante de la existencia de una posición dominante en un mercado. El mercado pertinente podría corresponder, conforme a la ley de la competencia, en un primer análisis, a los segmentos de los diferentes Ámbitos de Actividad Estratégica (AAS) del grupo.

Se podría considerar que el grupo se encuentra en una posición dominante en todos los casos en los que posee más de un 50% de las cuotas de mercado. También podría darse este caso cuando posee cuotas de mercado

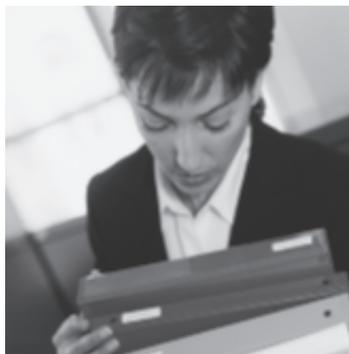
más bajas, del orden del 30 o 40%, pero ningún competidor se encuentra en una posición suficientemente fuerte como para poder competir con él eficazmente (cuando las cuotas de mercado de los competidores no sobrepasan el 15 o 20%).

En una situación así se debe estar muy atento y solicitar el apoyo del servicio jurídico para definir con mayor precisión este concepto de posición dominante y todos los riesgos derivados del mismo en el marco de las prácticas comerciales.



En los casos en que se establezca esta calificación, conviene abstenerse de cualquier comportamiento anticompetencial que se pueda considerar ilícito, como por ejemplo:

- Ventas relacionadas de productos distintos;
- Precios abusivamente bajos o depredadores (es decir inferiores a los costes), o por el contrario, precios excesivos;
- Precios o condiciones de venta discriminatorios;
- Rechazo injustificado de venta;
- Imposición de los precios de venta o de márgenes a los distribuidores;
- Rebajas o descuentos de fidelización no justificados por una economía de escala o un aumento de eficacia;
- Obligación de aprovisionamiento exclusivo impuesta a un distribuidor o a un cliente;
- Obligación impuesta a un distribuidor o a un cliente de reservar una cuota de mercado mínima al proveedor en su volumen de negocios o de realizar un volumen mínimo de venta.



Actitudes que deben adoptarse

En caso de duda sobre la legitimidad de una situación a la que se enfrenta o una situación en la que desea implicar al grupo, debe dirigirse a su superior y al servicio jurídico.

Los acuerdos previstos con una de las partes implicadas en la cadena económica (competidor, distribuidor o cliente) deben obtener una validación por parte del servicio jurídico para comprobar el carácter lícito de la operación.

Del mismo modo, las prácticas comerciales antes mencionadas que podrían ser calificadas de abuso de posición dominante no deben realizarse, en ningún caso, sin el aviso previo al servicio jurídico.

Si tiene acceso a información sensible relativa a competidores del grupo Legrand en alguno de sus segmentos de actividad, le invitamos a ponerse en contacto con el servicio jurídico e informarle sobre ello.



Las asociaciones u organizaciones profesionales deben desempeñar un papel útil y legítimo

4. Recomendaciones prácticas: situaciones concretas ante las cuales se debe estar especialmente alerta

Algunas situaciones, mencionadas a continuación, pueden en ocasiones llevar al grupo a contravenir la ley de la competencia.

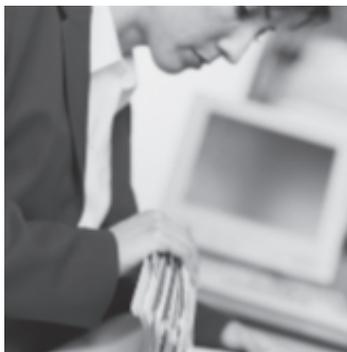
En la medida de lo posible, se pide a todos que no se expongan a tales situaciones o, si no es posible, adopten todas las precauciones necesarias.

Éstas son algunas situaciones posibles.

■ Actividades de las asociaciones profesionales / Organismos normativos

Las asociaciones u organizaciones profesionales reúnen al conjunto de actores de la cadena económica, y más concretamente a los competidores. Bajo el manto del objetivo legítimo de la promoción y defensa de los intereses de un sector económico, las diferentes reuniones y manifestaciones constituyen una oportunidad para los competidores de encontrarse e intercambiar información, y por tanto son ocasiones para cometer infracciones contra la ley de la competencia.

Se deben adoptar todas las precauciones necesarias para no exponer al grupo a semejantes riesgos. Se recuerda en primer lugar que la participación en estos actos debe responder a una necesidad del grupo, y que la asociación debe tener un papel útil y legítimo.



Hay que asegurarse de que las prácticas comerciales realizadas han sido validadas previamente por el servicio jurídico de la asociación

18

Se debe prestar especial atención a los intercambios de impresiones que se realizan en el marco de tales asociaciones profesionales. A todos corresponde, por tanto, comprobar previamente que:

- la asociación u organización esté dotada de un reglamento interno que sensibilice a sus miembros sobre la ley de la competencia;
- las reuniones se organicen de acuerdo a un orden del día, en el que no se mencionen prácticas prohibidas. Se debe levantar un acta o informe de cada reunión.

Si se llevan a cabo posibles prácticas prohibidas, o sencillamente son mencionadas en la reunión por representantes de los competidores, se debe solicitar inmediatamente la interrupción de las discusiones, formular pública y expresamente su oposición y comprobar que en el acta de la reunión conste esta declaración. A continuación se debe abandonar la reunión.

Las actividades realizadas en el marco de una asociación u organización profesional pueden presentar un carácter delicado por el intercambio de información comercial sensible, en particular la mutualización de ciertas

investigaciones o incluso el hecho de prestarse servicios entre miembros.

Es necesario asegurarse de que tales prácticas o la información intercambiada hayan sido objeto de una validación previa por parte del servicio jurídico de la asociación misma y/o del servicio jurídico del grupo.

Business conducted via a professional association or organisation may prove sensitive due to the exchange of confidential commercial information, the pooling of certain research results or the fact that members do each other favours.

You must ensure that these practices or the information that is exchanged have received prior approval from the legal department of the association itself and/or the Group's Legal Department.



Se debe incrementar la vigilancia durante los encuentros informales

■ Encuentros inevitables / informales con los competidores (cenas, cocktails, ...)

Cabe la posibilidad de que se organicen encuentros entre representantes de los competidores por diferentes razones. Muy a menudo estos encuentros son informales y ningún documento refleja lo que se dice en ellos.

Hay que mantenerse particularmente alerta ante este tipo de encuentros. Por lo tanto, el participante debe consultar con sus superiores la conveniencia de asistir a tales actos, así como la información que pueda intercambiar en ellos.

A pesar de su carácter informal y confidencial, estas reuniones en ningún caso deben dar lugar a prácticas prohibidas, ni por parte de participantes del grupo Legrand, ni por parte de un competidor.

Si el representante de un competidor aborda un tema indebido, hay que expresar su oposición, retirarse sin participar en la discusión e informar de ello a los superiores.

■ Visitas organizadas a fábricas fuera de cualquier proyecto de adquisición

Al margen de cualquier proyecto de adquisición o cesión, las

visitas a fábricas deben contar obligatoriamente con una autorización de los superiores o del servicio jurídico. Durante esas visitas no se debe realizar ninguna pregunta relacionada con temas delicados.

En el marco de un proyecto de adquisición o cesión, la visita de la fábrica deberá, en cualquier caso, realizarse bajo la responsabilidad de la célula Corporate Development del grupo.

■ Negociaciones previas a las adquisiciones o cesiones de filiales o de actividades

Incluso antes de entrar en contacto con un competidor, en el marco de un proyecto de adquisición o de cesión, se debe consultar al servicio jurídico del grupo para ser concienciado y formado sobre el comportamiento a adoptar y la información que puede ser discutida durante las negociaciones.

Existe determinada información que sólo puede intercambiarse en la última etapa del proceso de adquisición o cesión, y únicamente con el personal que tenga el nivel de confidencialidad requerido en la transacción (célula Corporate Development y Dirección General).

Actitudes que deben adoptarse

Usted tiene la obligación de abstenerse de participar en actos que no presenten interés para el grupo.

Está obligado a abstenerse de asistir o participar en reuniones de asociaciones profesionales que no ofrezcan las garantías necesarias respecto a la ley de la competencia.

Debe mostrarse proactivo en la organización y durante cualquier reunión, y tener una idea precisa de los temas que van a ser abordados en futuras reuniones.

Si detecta o es testigo de prácticas prohibidas, independientemente de que se produzcan en el marco de una asociación profesional o de cualquier otro tipo de reunión, debe solicitar expresamente su interrupción. Si se trata de una reunión institucionalizada, debe pedir que se haga constar su petición en el acta. Si la discusión continúa, debe abandonar la reunión o el acto en curso, e informar del incidente al servicio jurídico del grupo.

En el marco de reuniones de pre-adquisición o pre-cesión, le recomendamos que se ponga en contacto con la dirección jurídica del grupo para conocer los elementos sobre los que está autorizado a hablar, y sobre los que está prohibido intercambiar información.

Si recibe una queja por parte de un competidor, un cliente o un tercero, relativa a prácticas anticompetenciales del grupo, debe informar al grupo sobre la situación. En primer lugar indique al reclamante que usted no estima que exista un riesgo real de práctica anticompetencial, pero que tendrá en cuenta su reclamación y la comunicará al servicio indicado.

Finalmente, si duda sobre alguna práctica establecida en el grupo, debe informar de ello al servicio jurídico. El carácter establecido de la práctica no debe impedir que se cuestione.

5. Conclusión

**Siempre se debe
consultar al
servicio jurídico
del Grupo en caso
de duda**

El objetivo de la presente guía no es otro que el de sensibilizar a todos los colaboradores del grupo sobre los principios de la ley de competencia. Numerosas reglas se derivan del sentido común, según el cual, el comportamiento del grupo no debe poner trabas al libre acceso al mercado de sus competidores directos por una parte, ni a la libertad comercial de sus distribuidores y clientes, por otra. Determinadas prácticas requieren, no obstante, un conocimiento más profundo de la ley: a la más mínima duda, es indispensable acudir al servicio jurídico del grupo para validar o no el punto de vista.





**Comunicación Interna del Grupo y
Relaciones Exteriores**

128, av. de Lattre de Tassigny
87045 Limoges Cedex - Francia
tel.: 33 (0)5 55 06 87 87
télex: 580048 F
fax: 33 (0)5 55 06 88 88