

... contrast  
...



## La conformité en temps de crise

### Un véritable défi ...

Votre secteur industriel est confrontée à des défis exceptionnels en raison de la crise actuelle du COVID-19. Vos collègues et vous-même êtes sous pression pour conserver vos marges et stimuler les ventes en cette période. Le télétravail ne facilite pas vraiment les choses. L'interaction normale au sein de l'entreprise est quelque peu perdue. Les contacts avec les clients sont également différents. Les règles relatives au droit de la concurrence ne sont pas vraiment une de vos priorités en ce moment.

En temps de crise, les infractions au droit de la concurrence sont fréquentes. Est-ce que les autorités peuvent se montrer compréhensives vu les circonstances ? Malheureusement, non. Une crise n'est pas une excuse, ni même une circonstance atténuante, pour se permettre la moindre largesse au regard du droit de la concurrence. Un cartel formé en temps de crise reste un cartel.

Il est donc important en tant qu'entreprise, de continuer à placer la conformité au centre de vos préoccupations. À l'heure du télétravail, c'est tout sauf une évidence. Vous êtes confronté à de nouveaux défis. Comment pouvez-vous maintenir la conformité à l'ordre du jour et éviter les infractions dans de telles circonstances ?

### Notre cuisine interne

Nous aimerions vous emmener dans la cuisine interne de contrast. La *compliance team* de contrast a également été confrontée à ces défis. Quels enseignements avons-nous tirés de la période écoulée ? Comment faire pour que la problématique de la conformité demeure actuelle et pertinente ? Comment faire passer le message de la conformité lors d'une formation virtuelle ? Voici quelques règles simples qui semblent évidentes, mais qui sont importantes :

## • • • contrast



- Créez **un lien** avec votre public. Demandez à tous les participants d'allumer leurs caméras.
- Veillez à ce qu'il y ait de l'**interactivité**. Par exemple, ajoutez des questions ou des cas pratiques auxquels les participants devront répondre. L'expérience montre que cela permet d'engager rapidement une discussion.
- Faites passer votre message de manière **claire et simple**. Sélectionnez les messages clés que les participants doivent retenir et limitez-vous à ceux-ci.
- Restez **pratique**. Évitez les longs textes théoriques et les articles de loi.
- Assurez-vous que les participants savent comment poser des **questions** au début de la formation. Prévoyez une option pour les participants qui préfèrent ne pas prendre la parole. Cela peut se faire facilement en autorisant les questions par le biais de la fonction de chat. Reprenez les questions dès que possible afin que les participants sentent que leurs questions comptent.
- Rendez votre présentation **visuellement attrayante**. Ne surchargez pas vos slides de textes. Travaillez avec du matériel visuel, mais veillez agrémenter vos présentations de passages lors desquels le formateur est visible pour les participants.
- Si possible, veillez à ce qu'un membre de la **direction** ou du service juridique soit présent pendant la formation. Cela montre que la conformité est importante pour votre entreprise et qu'elle est soutenue par la direction. Cela souligne également que l'on attache autant d'importance à une formation virtuelle qu'à une formation normale.
- Êtes-vous la personne de contact habituelle pour les **questions relatives au droit de la concurrence** ? Profitez ensuite de la formation pour vous présenter afin que les participants sachent vers qui se tourner lorsqu'ils ont des questions ou lorsqu'ils sont confrontés à des situations à risque.
- Enfin, faites-en sorte que votre formation devienne un agréable moment collectif. Rendez ce moment amusant. Créez une **atmosphère agréable**.

Les enseignements tirés d'une formation ne demeurent dans la mémoire des participants que pour une durée limitée (6 mois maximum). Prévoyez donc des **répétitions périodiques ou des formations répétées**. Faites-en sorte que ces moments de répétition soient assez courts, mais assurez-vous qu'ils soient présents. Pendant la période de coronavirus, nous avons remarqué que le personnel des entreprises apprécie que de brèves sessions régulières soient organisées (durant lesquelles un spécialiste vient répondre aux questions pratiques), ou qu'un workshop spécifique soit tenu (sur des thèmes tels que : comment gérer les ventes en ligne ? ; jusqu'où puis-je aller dans ma politique de prix ? ; comment puis-je mettre en place un *benchmarking* ?), et que la diffusion de matériel vidéo (courts métrages) à ce sujet est également favorablement accueilli.

### En cours de préparation

Pour terminer l'année 2021 en beauté, nous avons le plaisir de revisiter notre *cartoon* "best-seller" de janvier 2015. Bien des années plus tard, le message de ce *cartoon* reste très pertinent.

L'année 2022 sera une année importante au niveau de la conformité, et ce principalement pour deux raisons.

La première est sans doute qu'une fois la vague de coronavirus actuelle maîtrisée, les autorités de la concurrence voudront se rattraper : les enquêtes et les perquisitions reprendront de plus belle. Ne vous laissez donc pas surprendre.

## • • • contrast • • • •

La seconde est que le paysage du droit de la concurrence va changer radicalement. Une multitude de nouvelles règles vont émerger. Le droit de la concurrence dit « vertical », c'est-à-dire la distribution, va changer avec un nouveau règlement et de nouvelles lignes directrices. Il en va de même du droit de la concurrence dit « horizontal » (relations entre concurrents réels et potentiels). Là aussi, de nouveaux règlements seront adoptés et, ce qui est peut-être encore plus important pour la pratique, une version révisée des lignes directrices horizontales entrera en vigueur. Dans ces lignes directrices, nous attendons des règles nouvelles ou actualisées sur des sujets tels que les échanges d'informations, les achats en commun, la commercialisation en commun et la durabilité.

En parallèle, la directive sur les signalements (*whistleblowing*) devra être transposée dans les différents États membres, et des règles spécifiques sur les contrats B2B seront adoptées dans divers États membres.

Veillez à vous tenir au courant de ces évolutions. Veillez également à ce qu'elles fassent partie intégrante de votre processus de conformité. La *compliance team* n'est pas restée inactive. Il y a beaucoup de nouveautés en préparation pour 2022, que nous suivons de près et incluons dans nos programmes de conformité. Il y a de la matière. Voulez-vous être informé(e) en début 2022 de ce que notre *compliance team* peut proposer à votre organisation ? Envoyez un e-mail à [compliance@contrast.law](mailto:compliance@contrast.law) ou [karolien.francken@contrast.law](mailto:karolien.francken@contrast.law).

### Plus d'infos ?

- Consultez le [programme de conformité de contrast](#) ou demandez plus d'informations à Karolien Francken ([karolien.francken@contrast-law.be](mailto:karolien.francken@contrast-law.be) - Coordinatrice de la *compliance team*).
- Lisez les articles In The Picture "[Competition compliance programmes: an ounce of prevention is worth a pound of fines](#)" et "[Conformité ? Élémentaire, mon cher Watson !](#)"