

LA CONFORMITÉ AUX RÈGLES DE CONCURRENCE UNE AFFAIRE DE BON SENS

Conseils pratiques à l'intention des petites et moyennes entreprises pour améliorer leur conformité aux règles de concurrence

BOÎTE À OUTILS ICC POUR PME

En quoi le droit de la concurrence me concerne-t-il?

Les règles de concurrence ont pour objet de préciser les conditions dans lesquelles toute entreprise se doit d'opérer sur le marché. Leur objectif est de promouvoir et de sauvegarder le libre jeu de la concurrence – et de punir tout comportement pouvant porter atteinte à l'innovation et au bien du consommateur.

Je gère une PME, je n'ai pas à me soucier des règles de concurrence, n'est-ce pas ?...Faux!

La plupart des règles de concurrence ont vocation à s'appliquer à toutes entreprises confondues, quelle que soit leur taille – y compris aux petites et moyennes entreprises (PME) telle que la vôtre, aussi bien qu'aux entreprises unipersonnelles.

La manière dont vous, votre Direction, salariés et agents se comportent en affaires peut conduire votre entreprise à enfreindre les règles de concurrence. Votre entreprise et vos salariés (vous compris) peuvent ainsi être exposés à de lourdes amendes, à une atteinte à leur réputation, à des litiges (par exemple, des actions en justice par ceux qui comptent le plus: les consommateurs). Dans certains pays, il y a même des sanctions pénales.

Les règles de concurrence existent dans plus de 140 pays. Les autorités de régulation n'ont jamais eu autant de pouvoir et les journaux regorgent d'histoires que l'on peut difficilement ignorer. Acquérir de bons réflexes est donc vital ! Même une petite structure comme la vôtre peut mettre en place une politique de conformité ou un programme de conformité aux règles de concurrence à moindre coût.

Ce qui importe est la volonté de faire les choses comme il faut. De nombreux moyens sont à votre disposition pour vous aider à cet effet, et c'est précisément l'objectif de cette Boîte à Outils ICC pour PME. Cette Boîte à Outils ne vise pas à donner des conseils juridiques – vous devez faire appel à vos juristes pour cela. Elle souligne toutefois **les trois principales zones de danger** à éviter et vous propose les **outils nécessaires** pour vous aider dans votre démarche.



“Il faut vingt ans pour construire une réputation et cinq minutes pour la détruire. Si vous y pensiez, vous feriez les choses différemment.” – Warren Buffett

La conformité aux règles de concurrence relève du bon sens

Les règles de concurrence visent à créer un cadre favorable pour le développement d'un marché vibrant, compétitif, et innovateur. La conformité aux règles de concurrence c'est faire « ce qui est juste » pour les consommateurs et la compétitivité du marché. Ne pas avoir les bons réflexes peut porter atteinte à vos objectifs commerciaux. Les amendes applicables pour une seule infraction peuvent en effet atteindre jusqu'à 10% du chiffre d'affaire consolidé de votre entreprise. Il est possible que vos clients portent plainte contre vous et demandent à être indemnisés s'ils ont été affectés par une pratique illicite. Certaines personnes risquent de voir leur réputation, et dans certains cas, leurs carrières ruinées. Mettre en place une politique de conformité aux règles de concurrence permet d'éviter ou d'atténuer de tels risques.

La conformité au droit de la concurrence vous donne un train d'avance et vous aide à affronter ceux qui ne respectent pas les règles

La mise en place d'une politique de conformité aux règles de la concurrence crédible au sein de votre entreprise vous permet de bénéficier:

- d'une culture d'entreprise et d'un engagement éthique plus fort de la part de vos salariés. Votre réputation auprès de clients existants et potentiels se verra renforcée et vous serez plus à même de d'embaucher les meilleurs talents.
- d'une assurance accrue dans les négociations commerciales lorsque vous êtes confrontés à des problématiques de droit de la concurrence – savoir quand avoir recours à un juriste peut vous aider à tirer profit d'une situation de marché de manière proactive voire agressive (mais qui reste licite).
- d'une plus grande conscience des risques permettant une meilleure prévention ou une détection plus précoce des problèmes, permettant de protéger votre entreprise.
- de l'assurance qu'il sera vous plus facile de céder votre activité (le cas échéant !) : aucun acquéreur ne veut hériter du risque d'être mêlé à un cartel ou d'une activité anticoncurrentielle !



Trois principales zones de danger en droit de la concurrence

1. Cartels et autres ententes:

La notion d'entente couvre un large panel de pratiques anticoncurrentielles entre concurrents, et ne se limite pas à l'organisation de réunions secrètes dans des salles enfumées ou à la mise en place d'accords formalisés par écrit. Une simple conversation peut constituer une entente illicite – voir page suivante!

2. Restrictions verticales:

Les accords conclus entre des entreprises situées à différents échelons de la chaîne de production ou de distribution, (comme par exemple des accords entre fournisseurs et revendeurs) peuvent donner lieu à des pratiques anticoncurrentielles illégales visées sous l'appellation d'ententes « verticales ».

Ceci peut notamment être le cas d'accords visant à restreindre la liberté commerciale d'un revendeur (par exemple en terme de prix, de territoire de vente ou de clientèle accessible). Il est donc indispensable que vous preniez connaissance des règles applicables à vos marchés.

3. Abus de position dominante ou d'un pouvoir de marché:

Une entreprise qui a un pouvoir de marché conséquent (typiquement, lorsque sa part de marché est supérieure à 40%) peut être considérée comme ayant une « position dominante ».

En soi, il n'y rien d'illégal à être dominant, sauf lorsque ce pouvoir de marché est utilisé à tort. A titre d'exemple, on peut citer notamment le fait de refuser de fournir certains clients, ou traiter certains clients différemment sans raison objective (discrimination). La notion d'abus est parfois difficile à appréhender. Si vous pensez disposer d'un certain pouvoir de marché (notamment si vous en êtes le « leader »), n'hésitez pas à solliciter des conseils juridiques sur ce que vous pouvez ou ne pouvez pas faire.



Cartels et autres ententes

Les cartels (et autres formes d'ententes illégales) sont particulièrement de nature à nuire à la concurrence, et d'impacter spécifiquement les clients et consommateurs. Même des accords informels, purement tacites (soit disant « accords de gentlemen ») voire même de simples échanges d'information avec des concurrents peuvent vous exposer à des amendes importantes. La simple participation à de tels échanges suffit. Assurez-vous donc que tout le monde dans votre entreprise comprenne et suive les règles. En général, les règles de concurrence prohibent les pratiques suivantes:

- **La fixation des prix entre concurrents** — Il y a fixation de prix lorsque des concurrents se mettent d'accord sur les prix qu'ils vont imposer à leur clientèle. Ceci comprend tout accord, exprès ou tacite, visant à ...échanger des éléments afférant aux prix au sens large i.e. les prix eux-mêmes, mais aussi les marges pratiquées, les conditions de remboursement de crédit, les rabais, les frais supplémentaires ou même des promotions. Dans certains cas, le simple fait de faire part des informations relatives aux prix peut être illégal.
- **Le partage du marché ou la répartition de la clientèle entre concurrents** — Il y a répartition de marché quand des concurrents se mettent d'accord pour ne pas entrer en compétition dans certaines zones géographiques ou pour certaines catégories de clients.
- **Le « truquage » d'appel d'offres (« bid rigging »)** — Ceci survient lorsque des concurrents se mettent d'accord pour altérer le résultat d'appel d'offres, par exemple, en se coordonnant sur le niveau de prix offerts, ou en se relayant pour faire des offres permettant de remporter des marchés tour à tour, ou pour se retirer d'une procédure d'appel d'offres.
- **Les accords visant à cesser ou limiter la production** — Il y a entente lorsque des entreprises concurrentes se mettent d'accord pour limiter la production de manière concertée en fermant ou en ne développant pas les capacités de leurs usines, ou en décidant de stocker des produits au lieu de les distribuer sur le marché.
- **Les accords visant à boycotter un tiers sur le marché** — Il y a entente lorsque des entreprises s'entendent pour ne pas fournir certains clients ou ne pas contracter avec certains fournisseurs. C'est également le cas lorsque des concurrents se mettent d'accord pour mettre la pression sur leurs fournisseurs ou leurs clients afin qu'ils ne fassent pas affaire avec quelqu'un d'autre.

Compte tenu du fait que les ententes et les cartels soient strictement prohibés, il est fortement recommandé de solliciter un avis juridique pour toute collaboration éventuelle ou contact entre concurrents afin d'en assurer le caractère pro-concurrentiel et d'intégrer les « garde-fous » nécessaires dans votre projet. Par exemple, il est possible de **coopérer entre concurrents lors d'un appel d'offres** quand les acteurs sont incapables de soumettre des offres individuelles, mais ceci ne doit pas constituer une façon de contourner les règles applicables en matière d'appels d'offres. De la même manière, les **analyses comparatives** (« benchmarking ») entre concurrents peuvent donner lieu à une concurrence accrue mais ne doivent pas donner lieu à des échanges d'informations sensibles.



Développer les bons réflexes en cinq étapes

Il existe cinq éléments de base pour aborder la conformité aux règles de concurrence en entreprise:

1. **L'engagement:** Le facteur de réussite le plus fondamental pour insuffler une culture de conformité est **l'impulsion donnée par la Direction**. Tous les dirigeants haut-placés doivent s'engager de manière claire, visible, et personnelle à faire ce qui est juste afin que tous les salariés se sentent en confiance pour agir et s'exprimer en conséquence. Une prise de position publique et officielle aide à ancrer un engagement d'intégrité et de conformité.
2. **Identifiez votre profil de risque:** Vous devez comprendre les vrais risques auxquels votre PME est confrontée en matière de concurrence – une checklist est disponible à la page 7 pour vous y aider. Ceci vous évitera de gaspiller des ressources précieuses sur des risques futiles.
3. **Limitez vos risques:** Déployez **les bons dispositifs de contrôle** – quelques suggestions sont vous sont données à partir de la page 8. Il s'agit de définir des mesures de nature à limiter le risque concurrence d'un comportement identifié comme porteur d'un risque important (par exemple, des contacts entre concurrents lors d'un salon professionnel) de sorte que le risque concurrence résultant de cette situation soit moins susceptible de survenir. En fait, le droit de la concurrence est qu'un seul parmi une multitude de risques juridiques qu'encourt votre entreprise. Il convient donc de réfléchir à une approche globale de la conformité aux autres règles (anti-corruption, protection des données, etc.) pour être cohérent dans votre approche.
4. **Faites un suivi** de la mise en œuvre de votre programme de conformité: Définissez votre **dispositif de suivi** afin de vérifier en pratique que tous les salariés de votre entreprise se conforment véritablement aux règles de concurrence – si nécessaire, améliorez votre procédures internes et vos mécanismes de contrôle lorsque des soucis émergent.
5. **Maintenez votre engagement:** Renouvez votre engagement à faire ce qui est juste pour que la conformité devienne un réflexe dans l'ensemble de vos **opérations** et reflète l'évolution constante du profil de risques de votre entreprise.

Comment identifier les risques encourus en droit de la concurrence?

Comme évoqué à la page 3 ci-dessus, il existe trois zones principales de danger:

1. **Les cartels et autres ententes (y compris les échanges d'informations sensibles)**
2. **Les accords verticaux donnant lieu à des restrictions de concurrence**
3. **Les abus de position dominante et de son pouvoir de marché**

Il vous appartient d'évaluer le degré de probabilité des risques inhérents à votre activité, et votre positionnement sur le marché. La checklist qui suit peut être utile à cet effet. Posez-vous les questions suivantes:

- Êtes-vous certain que vos salariés ont bien conscience que discuter de prix, marges, volumes de vente ou de production, clients ou de stratégies de marchés avec des concurrents est strictement interdit (et entraîne même des sanctions pénales dans certains pays)?
- Vos salariés savent-ils comment réagir si un de vos concurrents engage une discussion sur un sujet illicite ? Leur avez-vous donné des conseils sur la manière d'exprimer leur désaccord de manière formelle lorsque vos concurrents font des suggestions inappropriées?
- Si vos employés participent à la vie associative et commerciale (réunions d'organisations professionnelles, conférences ou événements type salons professionnels), êtes-vous confiant qu'ils ont suffisamment conscience des zones sensibles pour ne pas s'engager dans les discussions à risque?
- Pouvez-vous démontrer que votre entreprise se protège de manière effective contre les risques d'atteinte aux règles de concurrence?





Checklist pour vous aider à identifier les risques liés au droit de la concurrence

	OUI	NON
☐ Est-ce qu'un représentant de votre entreprise quel qu'il soit est amené à parler ou à entrer en contact avec vos concurrents?		
☐ Vos salariés ou vous-même participent-ils à des réunions d'organisations professionnelles ou d'autres activités propres à votre secteur d'activité sont présents?		
☐ Vos concurrents sont-ils également des partenaires commerciaux?		
☐ Êtes-vous dans une entreprise commune avec vos concurrents?		
☐ Vos concurrents sont-ils par ailleurs des clients ou fournisseurs?		
☐ Êtes-vous en concurrence avec vos fournisseurs?		
☐ Dans votre secteur d'activité, vos salariés changent-ils fréquemment d'emploi au sein d'entreprises concurrentes?		
☐ Vos salariés semblent-ils détenir des informations précises sur les prix et business plans de vos concurrents?		
☐ Signez-vous des contrats exclusifs de longue durée avec des clients ou fournisseurs?		
☐ Vos contrats comprennent-ils des clauses sur des ventes ou achats en commun?		
☐ Vos contrats contiennent-ils des obligations visant à partager des informations confidentielles et sensibles?		
☐ Votre entreprise impose-t-elle des restrictions de vente (ou revente) à vos fournisseurs, prestataires, ou clients?		

Évaluer les risques en matière d'abus de position dominante est complexe et difficile, et nécessite les conseils d'un juriste. Cependant, vous pouvez vous demander si votre entreprise détient une part de marché importante dans les secteurs sur lesquels elle opère (voir page 3).

Une fois identifiés, comment réduire les risques?

Dans la vraie vie, le « risque zéro » n'existe pas. Si vous avez répondu oui l'une des questions (quelle qu'elle soit) sur la page précédente, il vous faut adopter des mesures pour contrôler les risques identifiés. Nos dix conseils-clés pour instaurer un bon programme de conformité en droit de la concurrence sont les suivants:

1. **Nommez un responsable conformité au sein de votre PME** – Bien qu'il soit impossible de désigner une personne unique comme responsable de la conformité de l'entreprise aux règles de concurrence, puisque tout le monde a un rôle à jouer, il est bon d'avoir une personne haut-placée au sein de votre PME pour prendre les devants et faire en sorte que votre entreprise dans sa totalité ait conscience de l'importance des enjeux et se comporte en conséquence. Votre Responsable des finances ou votre juriste sont souvent les personnes les mieux adaptées pour cette mission. Dans une petite structure, il peut s'agir d'un des directeurs ou d'un cadre haut-placé.
2. **Identifiez vos risques et définissez une stratégie pour les limiter** – sur la base de données publiques, effectuez une analyse des différents programmes de conformité existants, il existe beaucoup d'informations à la disposition des PME sur le net!
3. Réfléchissez à vos pratiques existantes, et **examinez si certaines activités à hauts risques doivent cesser** – notamment les discussions entre concurrents ne sont pas nécessairement une bonne idée. Si vous voulez maintenir des pratiques potentiellement porteuses de haut risque vous devez développer et déployer des garde-fous sans délai.
4. **Assurez-vous que vos salariés comprennent les règles** qui s'appliquent à vos secteurs d'activités – en particulier les salariés qui sont en contact avec vos concurrents ou qui négocient avec vos fournisseurs. Prévoyez la mise en place de **formations ou de directives simples**. Vos salariés doivent comprendre que vous vous attendez à ce qu'ils se conforment pleinement aux règles de concurrence.



BOÎTE À OUTILS ICC POUR PME

5. **Former ou éduquer vos salariés n'est pas nécessairement coûteux** – de nombreuses informations gratuites sont disponibles et accessibles sur le net. Plusieurs autorités de la concurrence ont publié des guides spécialement destinées aux PME.
6. Assurez-vous que vos salariés **évitent de communiquer avec vos concurrents** (directement ou indirectement) sur des sujets commerciaux sensibles par nature tels que votre politique de prix, ou votre stratégie commerciale. Soyez vigilants quand vous faites appel à des consultants qui travaillent avec des concurrents – insistez toujours sur la nécessité de mettre en place des mesures destinées à protéger les informations confidentielles ou sensibles de vos activités!
7. Nommez au sein de votre entreprise une personne qui aura pour responsabilité de **savoir qui participe à quelles associations professionnelles**. Ces salariés auront besoin d'être spécialement briefés au préalable sur les règles à respecter. Il est préférable de choisir quelqu'un qui comprend bien les motifs d'une politique de concurrence, et qui puisse mettre en place les bons garde-fous.
8. Réfléchissez à la manière de gérer les salariés à « hauts risques »
- posez-vous la question : dois-je suspendre la participation de personnes ayant la responsabilité de prendre des décisions relatives aux prix (par exemple, directeurs des ventes) à des manifestations de secteur susceptibles d'être fréquentées par des concurrents?
9. Réfléchissez à votre politique d'archivage des **décisions** de nature stratégique et commerciale, afin de pouvoir prouver, le cas échéant, qu'elles ont été adoptées de façon autonome, indépendamment de vos concurrents.
10. Enfin, réfléchissez à comment vous réagiriez **si un problème surgissait**. Il est important de rester calme en cas de crise et de prendre les bonnes mesures pour protéger votre entreprise et vos salariés. Être bien préparé peut faire toute la différence.



Exemples de choses à faire et à ne pas faire

Les exemples ci-dessous ont été proposés par les membres d'ICC, vous pouvez vous en inspirer mais il est nécessaire que vous prépariez votre propre guide pratique des choses à faire et à ne pas faire (ou checklists faisant preuve de bon sens) pour répondre aux spécificités de votre entreprise.

Exemple 1: Checklist pour salariés

- ☐ **POURQUOI** dois-je partager cette information? (ai-je une raison objective, légalement acceptable, de la partager?)
- ☐ **QUI** est le destinataire de l'information? (est-ce un concurrent ou un concurrent potentiel?)
- ☐ **QUELLE** information suis-je en train de partager? (est-ce une information commercialement utile? Sensible?)
- ☐ **EST-CE QUE** la connaissance de cette information est susceptible d'inciter un concurrent à adapter sa stratégie commerciale, ou au contraire, le conforter dans sa stratégie actuelle? (si c'est le cas, ne pas partager cette information.)
- ☐ **COMMENT** cette information est-elle perçue?
 - ☐ Comment l'information est-elle traitée dans la presse?
 - ☐ Est-ce légitime de partager cette information?
 - ☐ Comment peut-elle être perçue par les consommateurs? Peuvent-ils se sentir dupés?
- ☐ **PUIS-JE** prouver que l'entreprise à qui cette information a été partagée ne l'a pas prise en compte dans ses décisions?
- ☐ **SUIS-JE SÛR** d'agir dans le cadre légal? Dans le cas contraire, contacter le département concurrence ou l'avocat de l'entreprise.

En cas de doute ... **DEMANDEZ CONSEIL!**





Exemple 2:

Éviter les échanges d'informations entre concurrents

- Ne vous mettez pas d'accord, même de manière informelle ou de façon implicite, avec des concurrents sur vos prix, marges, volumes de production, ou sur la répartition de votre clientèle, de territoires de vente ou de marchés sans une raison licite. Toujours recourir à un conseiller juridique pour vérifier si une pratique est licite.
- Les décisions portant sur ses prix, sa production, sa clientèle et ses marchés doivent être prises individuellement par chaque entreprise, au regard de ses seuls intérêts.
- Ne discutez pas avec des concurrents :
 - Des fournisseurs, clients, ou prestataires de votre entreprise; ou
 - Des territoires ou marchés sur lesquels votre entreprise compte distribuer ses produits et services, et sous quelles conditions;
- Quitter les réunions professionnelles si des sujets sensibles sont évoqués, et s'assurer que votre départ soit acté dans les minutes de réunion. Rapporter l'incident au Service juridique de votre entreprise, voire de votre responsable conformité si votre entreprise dispose d'un tel expert.
- Signalez au management de votre entreprise toute pratique qui vous semble douteuse ou dont vous êtes incertain.

Exemple 3:

Lignes directrices sur les contacts commerciaux

- Discuter avec des concurrents de questions sensibles relatives aux prix, marchés, niveaux de production, clients, et autres informations concurrentielles peut être anti-concurrentiel et illégal.
- Sollicitez des conseils juridiques avant de s'adhérer ou de renouveler votre adhésion à une association professionnelle. Assurez-vous que l'association en cause s'est engagée à respecter les règles de concurrence.
- Obtenez une copie de l'ordre du jour avant chaque réunion (présence physique ou réunion téléphonique) d'une association professionnelle. Les entreprises concurrentes ne devraient pas y prendre part si aucun ordre du jour n'est circulé à l'avance. Assurez-vous que des minutes de ces réunions soient préparées et relues, et qu'aucune erreur n'y figure.
- Soyez vigilant quand vous participez à des associations professionnelles et restez sur vos gardes dès lors que des sujets potentiellement sensibles sont évoqués.
- Si les discussions devaient prendre une tournure inappropriée, vous devez quitter la réunion, et vous assurez que votre départ soit acté.
- Tout incident doit immédiatement être relayé à votre entreprise (Responsable de la politique de conformité, Responsable juridique ou conseil juridique externe, ou autre personne identifiée dans le programme de conformité de l'entreprise, ou un membre de la Direction si vous êtes à la tête d'une très petite structure).

BOÎTE À OUTILS ICC POUR PME

Pour plus d'information

Ce guide pratique de la Chambre de Commerce Internationale (ICC) sur la conformité aux règles de la concurrence pour les petites et moyennes entreprises ("Boîte à Outils ICC pour PME") vise à assurer, à l'instar des multinationales, que votre entreprise ainsi que vos salariés comprennent les règles et opèrent de manière éthique et licite.

Cette Boîte à Outils ICC pour PME n'est pas un "manuel" de droit et n'a pas pour objet de vous donner des conseils juridiques: elle propose un bref aperçu des domaines dont votre entreprise devrait prendre conscience et des conseils pratiques pour vous aider à mettre en place ou à aborder avec confiance la conformité aux règles de concurrence.

Cette boîte à outils couvre trois zones de danger, cinq éléments de conformité, et les dix conseils clés d'ICC en la matière.

Les entreprises nécessitant plus de conseil sont invitées à consulter l'ouvrage intégral "Boîte à Outils ICC sur les Programmes de Conformité aux Règles de Concurrence" ou solliciter les conseils indépendants d'un expert juridique <http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/Areas-of-work/Competition/Antitrust-compliance-toolkits-for-companies-of-all-sizes/>

A propos de la Chambre de Commerce Internationale (ICC)

ICC est l'organisation mondiale des entreprises. Sa mission est d'encourager les échanges et les investissements internationaux et d'aider les entreprises à relever les défis et saisir les opportunités d'une économie mondiale de plus en plus intégrée.

Couvrant tous les secteurs de l'entreprise privée, le réseau international d'ICC comprend plus de 6 millions d'entreprises, de chambres de commerce et d'associations économiques dans plus de 130 pays. C'est à travers leurs comités nationaux que les membres d'ICC relaient les préoccupations de leurs entreprises et transmettent les avis d'ICC à leurs gouvernements respectifs.

ICC transmet le point de vue et les priorités de la communauté économique internationale grâce à d'étroites relations avec les Nations Unies, l'Organisation mondiale du commerce, le G20 et d'autres forums internationaux.

Près de 3,000 experts provenant des entreprises membres d'ICC contribuent à l'élaboration du point de vue d'ICC sur des enjeux spécifiques au monde des affaires grâce à leur expérience et leur savoir (www.iccwbo.org).

Copyright © 2016 Chambre de Commerce Internationale (International Chamber of Commerce)

Les droits d'auteur et autres droits de propriété intellectuelle relatifs à cette œuvre collective appartiennent exclusivement à la Chambre de Commerce Internationale, sous réserve des droits antérieurs de tiers sur des images ou extraits, tels que les cas pratiques ou bonnes pratiques, lesquels demeurent la propriété de leurs détenteurs de droits.

La Chambre de Commerce Internationale encourage la promotion et la diffusion de cette œuvre en conformité avec les indications suivantes :

- La Chambre de Commerce Internationale doit être citée comme étant à l'origine du document, et la titularité des droits d'auteur doit être mentionnée comme suit : Boîte à Outils ICC sur les Programmes de Conformité aux Règles de Concurrence © Chambre de Commerce Internationale, et l'année de publication, si celle-ci est disponible.
- Toute modification, adaptation ou traduction, pour un usage commercial ou pour un usage qui laisserait penser qu'une tierce personne ou organisation est à l'origine de l'œuvre ou a concouru à son élaboration requiert l'obtention d'une autorisation écrite expresse. Aucun frais ne peut être attribué à une reproduction ou traduction de l'œuvre l'obtention d'une autorisation écrite expresse de la Chambre de Commerce.
- L'œuvre ne doit pas être reproduite ou mise à disposition sur des sites internet, à l'exception d'un lien vers la page correspondante du site internet de la Chambre de Commerce Internationale (non vers le document lui-même).

Toute demande d'autorisation est à adresser à : ipmanagement@iccwbo.org

BOÎTE À OUTILS ICC SUR LES PROGRAMMES DE CONFORMITÉ AUX RÈGLES DE CONCURRENCE



La Boîte à Outils ICC sur les Programmes de Conformité aux Règles de Concurrence a servi de base pour la rédaction de cette version pour les PME. Conçue par les entreprises par les entreprises, la Boîte à Outils ICC sur les Programmes de Conformité aux Règles de Concurrence présente des outils pratiques pour les entreprises de toutes tailles qui souhaitent construire un programme de conformité optimal.

Rendue public le 22 avril 2013 lors de la 5e Table Ronde ICC sur la Concurrence à Varsovie, la Boîte à Outils ICC sur les Programmes de Conformité aux Règles de Concurrence a été publiée dans plusieurs langues et peut être téléchargée gratuitement sur

[http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/
Areas-of-work/Competition/Antitrust-compliance-
toolkits-for-companies-of-all-sizes/](http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/Areas-of-work/Competition/Antitrust-compliance-toolkits-for-companies-of-all-sizes/)



L'organisation mondiale des entreprises

33-43 avenue du Président Wilson, 75116 Paris, France

T +33 (0)1 49 53 28 28 F +33 (0)1 49 53 28 59 E icc@iccwbo.org www.iccwbo.org

