



**Document-cadre du 24 mai 2022 sur les programmes de conformité
aux règles de concurrence**

La conformité, terme désormais bien ancré dans la pratique (également sous son nom anglais de « compliance ») désigne à la fois un processus et un objectif. L'objectif de la conformité consiste, pour une entreprise, à défendre des valeurs et encourager des comportements vertueux pour pleinement respecter les règles, notamment de concurrence. C'est une démarche éthique qui favorise un fonctionnement concurrentiel libre et non faussé de l'économie et permet pour les entreprises une gestion optimisée des risques, qu'ils soient financiers ou réputationnels. Le terme conformité renvoie, également, à un processus interne mis en place de façon permanente au sein même des entreprises, qui s'appuie notamment sur les « programmes de conformité ».

La conformité désigne, à cet égard, les actions internes mises en place qui visent à diffuser la culture de concurrence, à assurer le respect des règles et la responsabilisation des acteurs économiques en faveur d'une concurrence basée sur les mérites. Les programmes de conformité s'appliquent aussi bien à prévenir les risques d'infraction aux règles de concurrence qu'à détecter les infractions éventuelles et à y remédier. Ils sont, en outre, amenés à évoluer au gré des besoins et des changements intervenus. La conformité combine, ainsi, trois composantes : préventive, curative et évolutive.

Dix ans après son document-cadre du 10 février 2012, l'Autorité de la concurrence (ci-après l'« Autorité ») souhaite adopter un nouveau document marquant l'importance des programmes de conformité aux règles de concurrence et donnant à tous les acteurs des points de repère sur les objectifs, la définition et la mise en œuvre de ces programmes. Elle considère, en effet, que si le développement de la conformité et de la culture de la concurrence au cours des dernières années a dû permettre aux acteurs économiques de se munir de programmes de conformité aux règles de concurrence, il convient, néanmoins, de continuer à encourager les entreprises à se doter d'un tel programme, que ce soit de manière autonome ou en l'intégrant à une politique générale de conformité aux normes (en matière de lutte contre le blanchiment et la corruption, de protection des données personnelles, de responsabilité sociale, sociétale et environnementale, etc.) et à y consacrer les moyens nécessaires pour en assurer le succès.

La conformité est l'affaire de tous. L'Autorité estime qu'il est du devoir, et de l'intérêt, des acteurs économiques de prendre toutes les mesures nécessaires pour conduire leurs activités en conformité avec les règles de concurrence.

Elle met, ainsi, à leur disposition, dans le présent document-cadre, une série de principes directeurs permettant de contribuer à l'efficacité de ces programmes. Ces principes directeurs sont complétés par un ensemble plus large de ressources que l'Autorité met, par ailleurs, à la disposition des entreprises et associations d'entreprises afin de soutenir leurs efforts de conformité. Ces ressources additionnelles sont présentées dans la dernière partie du document-cadre.

La conformité et la mise en œuvre par l’Autorité de ses moyens d’action institutionnels

1. Les dispositions législatives régissant l’Autorité ne font pas référence en tant que telles à la conformité. Toutefois, l’article L. 461-1 du code de commerce charge l’Autorité de veiller au bon fonctionnement concurrentiel de l’économie. Cette mission consiste à faire en sorte que la liberté dont disposent les acteurs économiques pour innover, produire et diffuser des biens et des services de qualité au meilleur prix ne donne pas lieu à des ententes ou à des abus portant atteinte au fonctionnement concurrentiel de l’économie, ainsi qu’à d’autres entreprises, aux consommateurs et, finalement, à la croissance et au bien-être de la collectivité dans son ensemble. Elle implique de poursuivre une politique de surveillance des marchés et d’orientation des comportements dans le sens du respect des règles de concurrence, mais également de favoriser la prévention, détection, correction et sanction des infractions à ces règles.
2. Le code de commerce attribue différents moyens à l’Autorité pour mener à bien cette politique. Ces outils ne sont pas tous de même nature, bien qu’ils aient pour but commun d’inciter les acteurs économiques à conduire et à développer leur activité en conformité avec les objectifs fondant les règles de concurrence établies par la loi et par le Traité sur le fonctionnement de l’Union européenne (ci-après le « TFUE »), d’une part, et de les dissuader d’enfreindre ces règles, d’autre part. Certains de ces instruments sont de nature essentiellement répressive ou curative. D’autres prennent en compte, sous les conditions qu’ils précisent, certaines initiatives prises par les acteurs économiques pour prévenir les infractions, pour y remédier ou pour aider l’Autorité à les détecter, à les faire cesser et à les sanctionner.
3. Le premier et deuxième alinéa du point I de l’article L. 464-2 du code de commerce donnent à l’Autorité le pouvoir d’ordonner aux entreprises et associations d’entreprises qui se livrent à des pratiques anticoncurrentielles interdites par les articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5 du code de commerce, ainsi que par les articles 101 et 102 TFUE, d’y mettre fin et de leur infliger des sanctions pécuniaires¹.
4. La procédure de transaction, prévue par le point III de l’article L. 464-2, permet aux entreprises qui ne contestent pas les faits qui leur sont reprochés d’obtenir le prononcé d’une sanction pécuniaire à l’intérieur d’une fourchette proposée par le rapporteur général et ayant donné lieu à un accord des parties.
5. Le point IV de l’article L. 464-2 du code de commerce donne la possibilité à l’Autorité d’accorder, au titre de la clémence, une exonération totale ou partielle de sanction pécuniaire à une entreprise ou association d’entreprises contribuant à la détection et à l’incrimination d’une entente à laquelle elle a participé². En outre, depuis la transposition de la directive ECN+, l’incitation pour les entreprises à mettre au jour d’éventuelles ententes secrètes est renforcée

¹ Les modalités pratiques de fixation des sanctions pécuniaires sont décrites dans le communiqué de l’Autorité de la concurrence du 30 juillet 2021 relatif à la méthode de détermination des sanctions pécuniaires, accessible sur le site Internet de l’Autorité.

² Les modalités pratiques de cette procédure sont décrites dans le communiqué de l’Autorité de la concurrence du 3 avril 2015 relatif au programme de clémence français. Ce document a vocation à être actualisé sur le fondement du décret n° 2021-568 du 10 mai 2021 relatif à la procédure d’exonération totale ou partielle des sanctions pécuniaires prévue au IV de l’article L. 464-2 du code de commerce.

puisque'une immunité, ou une réduction, de sanction pénale peut également être obtenue, sous conditions, par les personnes physiques appartenant au personnel de l'entreprise qui a, la première, formé une demande de clémence.

6. Après un rappel des bénéfices des programmes de conformité (I), ce document précise les conditions et critères qui doivent, selon l'Autorité, être remplis afin de garantir leur efficacité (II) ; enfin, il présente le rôle que peuvent jouer les différents acteurs de la conformité qui contribuent à sa réussite générale (III).

I. Des programmes de conformité aux règles de concurrence : POURQUOI ?

7. Les programmes de conformité sont des programmes par lesquels des entreprises ou des associations d'entreprises expriment leur attachement à certaines règles, ainsi qu'aux valeurs ou aux objectifs qui les fondent, et mettent en place des mesures concrètes destinées à développer une culture de respect des normes afin de prévenir d'éventuels manquements, de les détecter et d'y mettre fin.
8. Ces programmes sont l'illustration tangible de stratégies de gouvernance volontaristes, par lesquelles les acteurs économiques expriment leur détermination à insuffler une culture éthique interne afin non seulement d'assurer la conformité de leur comportement aux règles de droit, mais également de prévenir les risques d'infraction à ces règles et d'y faire face sans attendre lorsque l'infraction n'a pu être évitée.
9. Les bénéfices des programmes de conformité aux règles de concurrence sont de trois ordres : ils contribuent à établir une concurrence libre et non faussée (A), ils permettent de prévenir certains risques avérés (B) et facilitent la détection d'infractions (C).

A. Permettre une concurrence libre et non faussée

10. La conformité aux règles de concurrence permet l'instauration du libre jeu de la concurrence, qui encourage les entreprises à satisfaire au mieux les attentes de leurs clients, qu'ils soient consommateurs ou entreprises. Cette dynamique concurrentielle peut prendre différentes formes : les entreprises peuvent s'affronter sur le terrain des prix ; elles peuvent également se différencier les unes des autres par leurs innovations, qui favorisent l'émergence d'une offre plus diversifiée tant en termes de produits que de services. Cette compétition, qui vise à conquérir de nouveaux marchés, contribue à créer des nouvelles opportunités de croissance et d'emplois tout en garantissant des prix attractifs pour les consommateurs.

B. Prévenir les risques financiers et d'atteinte à la réputation

11. La méconnaissance des règles de concurrence entraîne non seulement des risques financiers conséquents, mais également un risque significatif d'atteinte à la réputation des entreprises et associations d'entreprises mises en cause, ce qu'un programme de conformité doit permettre d'éviter.
12. Sur le plan financier, la violation des règles de concurrence, telles que prévues par le droit français et par le droit de l'Union, peut exposer les personnes morales à des sanctions

pécuniaires importantes, pouvant aller jusqu'à 10 % de leur chiffre d'affaires mondial. Les personnes publiques et privées victimes d'une entente ou d'un abus de position dominante sont, en outre, en droit d'obtenir la réparation de leur préjudice, exposant les entreprises condamnées à la charge supplémentaire de devoir s'acquitter du versement de dommages-intérêts. Ce risque a été décuplé ces dernières années, compte-tenu notamment de la modification du cadre législatif applicable résultant de la directive dommages (article L. 481-1 du code de commerce). En outre, la directive ECN³, transposée le 26 mai 2021⁴, a rendu le risque financier beaucoup plus important à l'égard des associations dont les entreprises sont membres⁵.

13. Il est, par ailleurs, rappelé que l'article L. 420-6 du code de commerce prévoit des peines pouvant aller jusqu'à quatre ans d'emprisonnement et 75 000 € d'amende pour les personnes physiques ayant pris frauduleusement une part personnelle et déterminante dans la conception, l'organisation ou la mise en œuvre de pratiques anticoncurrentielles.

C. Faciliter la détection des infractions pour se mettre en conformité

14. La double fonction des programmes de conformité est de diffuser une culture de respect des règles et de faciliter la détection des infractions à ces règles lorsqu'elles adviennent. C'est ainsi que les programmes de conformité permettent d'assurer non seulement le respect des règles mais également la mise en conformité aux règles en cas de manquement constaté.
15. La détection est essentielle car elle va permettre à l'entreprise ou l'association d'entreprises d'identifier les faits potentiellement contraires au droit de la concurrence. C'est au regard de l'analyse des faits, et des textes juridiques applicables, que l'entreprise sera en mesure de décider de la réponse à apporter afin de se mettre en conformité.
16. Les règles de concurrence offrent aux entreprises et associations d'entreprises le choix, selon les circonstances de l'espèce, entre différentes options afin de se mettre en conformité. Le recours aux procédures de transaction et de clémence, qui ont déjà été citées, constitue un exemple de réponses possibles.

II. Des programmes de conformité aux règles de concurrence : COMMENT ?

17. L'Autorité estime qu'il est du devoir des acteurs économiques eux-mêmes, et dans leur intérêt, de prendre toutes les mesures possibles pour conduire leur activité en conformité avec les règles de concurrence et pour prévenir de possibles manquements à ces règles. Elle considère que la mise en place d'un programme de conformité efficace peut jouer un rôle clé en ce sens, tout en donnant des garanties accrues de responsabilité et de sécurité aux actionnaires et au grand public, en particulier lorsque l'entreprise, ou le groupe auquel elle appartient, est cotée en bourse ou contrôlée par l'État.

³ Directive (UE) 2019/1 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2018 visant à doter les autorités de concurrence des États membres des moyens de mettre en œuvre plus efficacement les règles de concurrence et à garantir le bon fonctionnement du marché intérieur.

⁴ Ordonnance n° 2021-649 du 26 mai 2021 relative à la transposition de la directive (UE) 2019/1 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2018 visant à doter les autorités de concurrence des États membres des moyens de mettre en œuvre plus efficacement les règles de concurrence et à garantir le bon fonctionnement du marché intérieur.

⁵ Etude sur les organismes professionnels, consultable sur le site Internet de l'Autorité.

18. L'Autorité, qui attache une grande importance à la dimension pédagogique et préventive de sa mission de régulation concurrentielle, invite donc les acteurs économiques disposant d'ores et déjà d'un programme de conformité à s'assurer qu'il inclut un ensemble de mesures concernant les règles de concurrence. Elle encourage ceux qui n'en disposeraient pas encore à s'en doter, en soulignant que la conformité aux règles de concurrence n'est qu'un aspect parmi d'autres de la problématique globale de la conformité, qui peut mériter un traitement intégré.
19. Pour que les programmes de conformité puissent être efficaces, l'Autorité estime qu'ils doivent s'attacher à poursuivre trois objectifs : prévenir les risques d'infraction, donner les moyens de détecter et de traiter les cas d'infraction qui n'ont pas pu être évités, prévoir des mises à jour régulières.
20. L'impulsion et la diffusion d'une culture de respect des règles doit constituer la pierre angulaire des programmes de conformité.
21. Ces programmes ne sauraient donc se limiter à prévoir des mesures destinées à informer les mandataires sociaux, les dirigeants, les cadres, les autres salariés et agents de l'entreprise ou de l'association d'entreprises en cause de la teneur des règles et de la nécessité de les respecter.
22. Cette première approche devra être complétée par un ensemble de mesures concrètes et effectives établissant que l'entreprise ou l'association d'entreprises s'investit de façon réelle et volontariste, à tous les niveaux hiérarchiques, pour faire vivre une culture de conformité aux règles de concurrence, pour détecter les cas de non-conformité et pour y apporter les réponses adéquates. A défaut, les incitations internes à respecter l'obligation d'agir conformément à la loi demeuraient faibles et le programme de conformité pourrait être jugé inefficace, voire artificiel. C'est donc sur la combinaison de composantes préventive, curative et évolutive que repose la valeur ajoutée des programmes de conformité.
23. Les acteurs économiques retireront, ainsi, les bénéfices attendus d'un programme de conformité si ce dernier est conçu par et pour l'entreprise (A) et inclut tous les éléments nécessaires à son efficacité (B).

A. Un programme de conformité conçu par et pour l'entreprise

24. Un programme de conformité aux règles de concurrence a vocation à s'insérer dans un programme de conformité global qui rassemble l'ensemble des dispositifs préventifs mis en place par l'entreprise (en matière de lutte contre le blanchiment et la corruption, de protection des données personnelles, de responsabilité sociale, sociétale et environnementale, etc.).
25. Il est déterminant pour le succès d'un programme de conformité aux règles de concurrence que celui-ci soit conçu par et pour l'entreprise : c'est un projet « sur-mesure », qui doit être adapté aux marchés, aux activités et produits, à l'organisation et la culture internes, ainsi qu'à la chaîne décisionnelle et au mode de gouvernance. Ce travail nécessite de procéder à une analyse des risques, qui conduit à l'établissement d'une cartographie des risques identifiés.
26. Il est, également, essentiel pour l'entreprise d'anticiper les nouveaux risques qui peuvent se présenter à elle. Il convient, dès lors, d'être proactif, en menant une veille régulière, qui permettra de prendre en compte les grandes questions en matière de conformité concurrence,

qui peuvent, d'ailleurs, fluctuer au fil du temps, en fonction de l'évolution du cadre législatif, de la jurisprudence ou de la pratique décisionnelle des autorités de concurrence, mais aussi de la situation propre à l'entreprise et aux marchés au sein desquels elle opère. Une entreprise qui ne l'était pas jusqu'alors peut devenir dominante à la suite d'un accroissement de ses parts de marché et devoir, ainsi, faire preuve d'une vigilance particulière sur les comportements qu'elle adopte. La cartographie des risques établie doit être régulièrement mise à jour au vu des évolutions qui auront été examinées afin de garantir une amélioration continue du programme de conformité. Ces évaluations successives et les modifications qui en découlent doivent être documentées.

27. Au-delà des outils traditionnels de la conformité se développe une numérisation des processus de conformité. Le recours à des outils numériques innovants comme, par exemple, les algorithmes programmant une approche de conformité dès la conception (« compliance by design ») peut, également, être exploré.

B. Un programme de conformité construit sur des points-clés

28. L'Autorité considère que cinq piliers doivent guider les entreprises dans l'élaboration de leur programme de conformité aux règles de concurrence : un engagement public de l'entreprise (1), des relais et experts internes (2), une information, formation et sensibilisation (3), des mécanismes de contrôle et d'alerte (4) et, enfin, un dispositif de suivi (5). Ces piliers pourront être adaptés selon la diversité des acteurs concernés afin de tenir compte des caractéristiques propres à chaque entreprise ou association d'entreprises, par exemple si une entreprise est une petite ou moyenne entreprise (PME)⁶.

1. Un engagement public de l'entreprise

29. Une prise de position claire, ferme et publique des organes de direction et, plus généralement, de l'ensemble des dirigeants et mandataires sociaux sur la nécessité de respecter les règles de concurrence et de soutenir le programme de conformité de l'entreprise est le premier pilier du succès.
30. Une impulsion de la direction est indispensable afin d'impliquer l'ensemble des équipes et conduire l'entreprise à s'engager effectivement dans la conformité. Tous les niveaux organisationnels de l'entreprise doivent être impliqués : la direction générale, les directions techniques (responsable juridique, responsable des systèmes d'information et de la stratégie numérique notamment), ainsi que les équipes commerciales sur le terrain.

2. Des relais et experts internes

31. La désignation, par les organes de direction, quand la structure de l'entreprise le permet, de personnes responsables en interne de la gestion du programme de conformité constitue également une clé de réussite.

⁶ Guide à destination des PME, Mieux comprendre les règles de concurrence, consultable sur le site Internet de l'Autorité.

32. Les responsables de la conformité devront :
- être désignés par les organes de direction et disposer d'une autorité et d'une compétence suffisantes pour promouvoir la conformité et en assurer le respect au sein de l'entreprise ou de l'association d'entreprises ;
 - disposer du temps et des pouvoirs nécessaires, ainsi que de moyens humains et financiers suffisants pour assurer la mise en œuvre effective du programme de conformité ;
 - avoir la capacité d'accéder directement aux organes de direction de l'entreprise ou de l'association d'entreprises (par exemple, en cas de découverte d'une infraction) ;
 - bénéficier de l'autonomie et de l'indépendance nécessaires pour mener à bien leur mission (par exemple, en ne dépendant pas d'une unité opérationnelle).

3. Information, formation et sensibilisation

33. La mise en œuvre de mesures d'information, formation et sensibilisation auprès des salariés de l'entreprise ou membres de l'association d'entreprises est le troisième pilier d'un programme de conformité efficace.
34. Ces mesures d'information portent sur :
- l'existence, la raison d'être et le contenu du programme de conformité ;
 - le sens et la portée pratique des règles de concurrence ;
 - l'importance et l'intérêt de se conformer à ces règles dans le cadre de l'activité professionnelle ;
 - les mécanismes internes permettant d'obtenir des conseils ou d'alerter sur l'existence d'infractions avérées ou possibles à ces règles.

Toutes les catégories de personnel ne sont pas nécessairement destinataires des mêmes informations.

35. L'information doit, en outre, s'accompagner d'actions de formation et de sensibilisation sur les règles de concurrence et le fonctionnement concret du programme de conformité. Toutes les catégories de personnel ne sont pas nécessairement destinataires des mêmes actions, qu'il convient d'adapter en fonction des métiers et de leur exposition au risque. Procéder à une évaluation des risques est, ainsi, une étape préalable nécessaire aux exercices de formation et de sensibilisation.

4. Des mécanismes de contrôle et d'alerte

36. La fonction de contrôle, d'une part, et la fonction d'alerte, d'autre part, obéissent à des finalités distinctes qui nécessitent, pour chacune, un traitement spécifique au sein du programme de conformité. La mise en œuvre de ces mécanismes constitue, également, un élément-clé de l'efficacité d'un programme de conformité.
37. Les mécanismes de contrôle doivent permettre de s'assurer du respect du programme de conformité à tous les niveaux de l'entreprise. Ils peuvent, par exemple, prendre la forme de dispositions intégrées au règlement intérieur, de clauses insérées dans les contrats de travail ou encore d'attestations individuelles de conformité.

38. Les mécanismes d'alerte⁷ doivent, quant à eux, réunir les conditions nécessaires pour permettre aux salariés de l'entreprise ou aux membres de l'association d'entreprises de communiquer de manière appropriée avec les personnes désignées responsables de la conformité, qu'il s'agisse de leur demander conseil ou de les alerter sur des infractions avérées ou possibles. La mise à disposition d'un « guichet », permettant la transmission et le traitement de l'information, selon des procédures établies, est un exemple en la matière.

5. Un dispositif de suivi et de mise à jour

39. Le succès d'un programme de conformité dépend, enfin, de la capacité de l'entreprise ou de l'association d'entreprises d'assurer un suivi de sa mise en œuvre.

Un tel dispositif doit comprendre l'établissement d'une procédure de traitement des demandes de conseil et des alertes (quel examen en est fait et quelle réponse est donnée) et d'une procédure de sanction en cas de non-respect du programme de conformité.

Il est, en outre, rappelé que le programme de conformité doit être régulièrement mis à jour au vu des évolutions intervenues afin de garantir son amélioration continue.

III. Des programmes de conformité aux règles de concurrence : QUI ?

40. L'Autorité reconnaît le rôle capital que jouent les acteurs de la conformité, qui, chacun à leur niveau, contribuent de façon spécifique à la diffusion d'une culture de la conformité : entreprises et experts externes (A), organismes professionnels (B) et partenaires institutionnels (C).

A. Entreprises et experts externes

41. Les entreprises sont au cœur du processus de la conformité. Si la fonction conformité nécessite une impulsion claire donnée par la direction générale, elle repose, en pratique, sur l'action de responsables de la conformité qui assurent au quotidien cette mission. Il est important que ces derniers disposent de tous les moyens nécessaires à cette fin. Tout responsable de la conformité exerce un métier exigeant, qui requiert de l'expertise et fait appel aussi bien à des qualités de pédagogie que d'autorité : facultés de conseil et de dialogue, capacité d'adaptation à la culture et la technicité de chaque échelon interne de l'entreprise et, dans le même temps, capacité de contrôle de l'activité des services et de prise de décisions.
42. La connaissance unique du produit, du service, du marché, du secteur que possède l'entreprise peut être renforcée par des conseils d'experts externes, notamment de cabinets d'avocats, qui apportent un savoir-faire supplémentaire au service de la conformité.
43. Les experts externes, et en particulier les avocats spécialisés en droit de la concurrence, peuvent s'impliquer à différents stades. Il peut s'agir de conseiller l'entreprise ou l'association d'entreprises lors de la conception de sa politique générale de conformité, d'aider à la mise en œuvre concrète des programmes de conformité, d'expliquer ces programmes et de sensibiliser

⁷ Loi n° 2022-401 du 21 mars 2022 visant à améliorer la protection des lanceurs d'alerte, transposant la directive (UE) 2019/1937 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2019 sur la protection des personnes qui signalent des violations du droit de l'Union.

l'ensemble du personnel à leurs objectifs par le biais de formations, de procéder à une évaluation régulière des programmes de conformité et du comportement des entreprises ou associations d'entreprises par des audits juridiques afin de déceler et de corriger de possibles dysfonctionnements de leur programme ou infractions au droit de la concurrence. Les experts externes ont, également, un rôle essentiel de conseil pour que l'entreprise ou l'association d'entreprises adopte les bons réflexes lorsqu'une infraction a été détectée.

44. Dans le cas de PME, le recours à des experts externes peut, en outre, permettre de pallier l'absence d'une fonction conformité internalisée.

B. Organismes professionnels

45. Les organismes professionnels ont vocation à regrouper l'ensemble des entreprises d'une même profession, ou d'un même secteur, et les organisations syndicales représentant les entreprises. Leur objectif premier est de représenter et de défendre les intérêts de l'ensemble des entreprises d'une profession ou d'un secteur donné.
46. Ces organismes peuvent pleinement contribuer à la diffusion de bonnes pratiques auprès de leurs membres et peuvent les orienter en matière de conformité. Afin qu'un tel échange soit fructueux, il est important que les entreprises fassent connaître leurs besoins, d'une part, et que les associations professionnelles organisent leur assistance selon des modalités adaptées⁸, d'autre part.
47. Par ailleurs, de même que pour les entreprises, il est du devoir des organismes professionnels de prendre toutes les mesures nécessaires pour conduire leurs activités en conformité avec les règles de concurrence.

C. Partenaires institutionnels

48. L'Autorité de la concurrence et la DGCCRF sont des institutions partenaires des entreprises et des organismes professionnels. Elles tiennent, toutes deux, un rôle important d'animatrices d'une culture de conformité, et ce à plusieurs titres.
49. L'Autorité accompagne les acteurs économiques dans leurs efforts de conformité à plusieurs égards :

- *En produisant une pratique décisionnelle de référence*

L'Autorité se prononce sur de nombreuses affaires contentieuses. Cette pratique décisionnelle sert de référentiel pour l'application des règles de concurrence. Les décisions sont motivées et peuvent éclairer, au-delà de l'acteur mis en cause, l'ensemble des acteurs qui pourraient être concernés.

⁸ Cf. Etude sur les organismes professionnels, mentionnée supra.

- *En développant une pratique consultative diversifiée*

L'Autorité produit des avis et conduit des enquêtes sectorielles, dans lesquels elle émet des recommandations, qui offrent une grille de lecture sur des problématiques identifiées. L'Autorité fournit, ainsi, des diagnostics sur les fonctionnements de certains marchés, ce qui permet d'accompagner les acteurs qui peuvent corriger ou anticiper leurs comportements sur ces marchés.

- *En mettant à disposition des outils de conformité ciblés*

L'Autorité rédige régulièrement des guides et des études, qui détaillent son analyse et sa pratique afin d'orienter les acteurs sur des enjeux actuels et d'être au plus près de leurs préoccupations. L'étude sur les organismes professionnels et le guide à l'attention des PME ont déjà été cités. D'autres publications portent, par exemple, sur les concentrations, la distribution et le numérique.

- *En mettant en œuvre une politique de communication pour un large public*

L'Autorité communique largement dans l'intérêt du public et des parties prenantes sur les règles de concurrence et leurs vertus, ainsi que sur ses décisions et avis.

Elle inclut dans ses communiqués de presse des encadrés « Conformité » afin de davantage sensibiliser les opérateurs sur des points de vigilance.

Son site Internet dispose, de plus, d'un espace entièrement dédié à la « Conformité » dans la rubrique « La concurrence et vous ». Ces pages comprennent de nombreux supports à vocation pédagogique, telles que les publications déjà citées, mais également des infographies et vidéos qui s'adressent à différents types de publics.

L'Autorité mobilise, ainsi, un éventail de ressources afin de diffuser une culture de conformité auprès du plus grand nombre.

50. La DGCCRF agit, de même, pour la promotion des démarches de conformité aux règles de concurrence au plus près des territoires, en particulier auprès des acteurs de la commande publique et des PME.

* *
*