

14 Les « compliance programs » en droit de la concurrence

Valérie LEDOUX,
avocate associée
Cabinet Racine

Jean-Christophe RODA,
docteur en droit, consultant
Cabinet Racine,

Les « compliance programs » sont des procédures internes mises en place par les entreprises. Elles visent à prévenir la commission d'infractions, voire à permettre leur détection rapide afin de limiter les risques subséquents. D'origine américaine, ces instruments de gestion ont tardé à se développer en Europe. Mais, depuis peu, ils se trouvent placés sous les feux de l'actualité des droits communautaire et français de la concurrence. La présente étude examine et détaille les principales caractéristiques de ces mécanismes.

1 - La sévérité croissante observée en droits communautaire et français des pratiques anticoncurrentielles¹ a fait basculer ces matières dans la sphère quasi pénale. Le montant des sanctions pécuniaires encourues peut être considérable, comme en témoigne une récente affaire dans laquelle la Commission européenne a infligé une amende de plus de 183 millions d'euros à quatre entreprises qui avaient participé à un cartel sur le marché du bitume en Espagne². Le risque de sanction est d'autant plus important que la faculté de détection des infractions par les autorités de concurrence a considérablement augmenté ces dernières années, en particulier avec l'apparition des programmes de clémence³. En outre, au risque de sanction infligée au titre du « public enforcement », s'ajoute celui lié à l'indemnisation des victimes des pratiques anticoncurrentielles. Bien que le « private enforcement » soit encore très limité en Europe, les autorités favorisent son développement et encouragent les victimes d'une pratique à porter l'affaire devant les tribunaux des États membres pour obtenir des dommages et intérêts⁴. Les conséquences d'une violation des règles de la concurrence sont donc telles que l'anticipation d'une procédure contentieuse, ou l'atténuation de son issue, sont devenues des enjeux majeurs pour les entreprises⁵.

2 - Dans un tel contexte, il est devenu essentiel pour les opérateurs économiques de développer des moyens leur permettant de maîtriser au mieux les risques concurrentiels. Les « compliance programs », plus connus en France sous l'appellation de « programmes de mise en conformité », s'inscrivent dans cette logique. Ils désignent les différents outils mis en place par l'entreprise pour lui permettre d'adopter un comportement conforme à la législation économique. Ils prévoient également les procédures destinées à détecter rapidement la survenance d'infractions ainsi que les mesures qui doivent être prises dès que de telles infractions sont découvertes⁶. Autrement dit, les « compliance programs » doivent

permettre d'éviter les contentieux et à tout le moins d'en limiter les conséquences.

3 - Ces instruments sont mis en place à l'initiative des entreprises avec plus ou moins de spontanéité. En effet, si certaines choisissent d'élaborer une politique de « compliance » sans avoir violé la loi, nombreuses sont celles qui se dotent de tels mécanismes une fois qu'une infraction a été commise. Il s'agit alors pour ces entreprises contrevenantes d'obtenir une certaine indulgence de la part des autorités de concurrence qui voient là un moyen efficace de favoriser la prévention de nouvelles pratiques anticoncurrentielles.

4 - Cette pratique des « compliance programs » est née aux États-Unis au début du XX^e siècle. Elle s'est d'abord développée en droit des sociétés et en droit boursier, puis s'est généralisée à de nombreuses branches du droit américain⁷. Ce mouvement en faveur des politiques de « compliance » s'est encore renforcé à la suite des scandales *Enron* et *WorldCom*, au début des années 2000. Il a trouvé un écho particulièrement favorable en droit antitrust, en raison du caractère pénal de ce dernier et de l'aggravation constante du montant des sanctions. L'importante diffusion de cette pratique en droit de la concurrence tient également beaucoup à l'action des autorités antitrust américaines qui ont multiplié les discours en faveur de l'utilisation de ces instruments⁸. Les très nombreux travaux que la doctrine et les praticiens consacrent depuis de nombreuses années aux programmes de mise en conformité sont d'ailleurs le signe de la place centrale qu'ils tiennent en la matière⁹.

5 - La pratique s'est ensuite progressivement répandue en Europe, notamment par le biais des grandes entreprises ayant une activité de part et d'autre de l'Atlantique. D'anciennes décisions de la Commission européenne attestent d'ailleurs de l'intérêt que l'autorité avait, dès l'origine, manifesté à l'égard de ces techniques¹⁰. Le phénomène a pris de l'importance et s'est généralisé à partir des

1. B. Lasserre, 2006, *une année charnière : Conférence de presse 9 juill. 2007*, site internet Conseil de la concurrence.
2. *Comm. CE, déc. n° 07/1438, 3 oct. 2007, Bitumen Spain* : site internet Commission européenne.
3. J.-Ch. Roda, *La clémence en droit de la concurrence – Etude comparative des droits américain et européens*, préf. C. Prieto : à paraître.
4. V. par exemple, *Comm. CE, déc. n° 07/1438, 3 oct. 2007, préc. note (2)*.
5. L. Idot et C. Prieto (ss dir.), *Les entreprises face au nouveau droit des pratiques anticoncurrentielles : Le règlement 1/2003 modifie-t-il les stratégies contentieuses ?* : Bruylant, coll. *Droit de l'Union européenne*, 2006.
6. V. pour des définitions complémentaires, *Glossaire des termes employés dans le domaine de la politique de concurrence de l'Union européenne, V° programme de mise en conformité* : site internet Commission européenne ; *Le glossaire de la concurrence internationale V° Compliance* : *RD aff. int.* 5/2002.

7. Dès 1934, le *Securities and Exchange Act* invitait ainsi explicitement les entreprises à se doter de ces instruments. Des années plus tard, les lignes directrices de 1991 concernant les sanctions en matière antitrust prévoyaient de multiples mesures visant à encourager l'usage des programmes de mise en conformité.
8. W. J. Kolasky, *Antitrust Compliance Programs : The Government Perspective* : *Site internet Division Antitrust*, Discours prononcé le 12 juillet 2002.
9. On citera, par exemple, le numéro spécial de *Antitrust Law Journal* qui a publié en 1988 un important colloque organisé par l'*American Bar Association* et consacré à la question des « compliance programs » en droit antitrust : *Antitrust Compliance, Antitrust L. J., 1988, vol. 57 p. 179 s.* – Parmi les nombreux ouvrages traitant de cette question, on citera également W. Hannay, *Designing an Effective Antitrust Compliance Program* : *Thompson/West* 1996.
10. V. par exemple, *Comm. CE, déc. n° 82/853, 7 déc. 1982, National Panasonic*, pt 68.

années 2000, avec le renforcement des législations européennes de concurrence¹¹. Il était pourtant longtemps demeuré confidentiel, si l'on en juge par le faible nombre d'articles de doctrine jusqu'ici consacrés à la question¹². Mais très récemment, les « compliance programs » ont été placés au centre de l'actualité du droit des pratiques anticoncurrentielles. Ainsi, en France, plusieurs décisions récentes du Conseil de la concurrence ont souligné l'intérêt que pouvait présenter le procédé¹³. Le Conseil a également lancé, le 30 août dernier, un appel à concurrence pour une étude relative à « l'état des lieux et les perspectives des programmes de « compliance » »¹⁴, tandis que les prochains « ateliers de la concurrence », organisés par la DGCCRF, porteront sur ce thème¹⁵.

6 - L'importance en droit de la concurrence prise par ce type de procédures doit inciter les entreprises et les praticiens à se familiariser avec ces mécanismes. Tel est l'objet de notre étude qui présente les objectifs (I) puis le contenu (II) des « compliance programs ».

1. Objectifs des « compliance programs »

7 - Les « compliance programs » ont deux objectifs principaux. Le premier est d'ordre préventif et vise à garantir la conformité de l'ensemble des activités commerciales de l'entreprise avec les règles de concurrence, afin d'éviter la survenance d'infractions. Le second est d'ordre curatif et doit permettre à l'entreprise de limiter les risques liés à la survenance d'une infraction et à l'ouverture d'une procédure contentieuse.

A. - Prévention des infractions

8 - La prévention des infractions est l'objectif principal des « compliance programs ». Les autorités américaines, qui ont une grande expérience en la matière, le rappellent régulièrement, en soulignant qu'en cas de survenance d'une infraction, la mise en place de tels programmes ne peut en principe éviter à l'entreprise le prononcé d'une sanction¹⁶. Au mieux, elle pourra être considérée comme une circonstance atténuante, si l'infraction n'était pas connue des dirigeants¹⁷. Au pire, elle caractérisera l'inefficacité du programme, voire le fait que l'infraction a été commise intentionnellement, ce qui pourrait paradoxalement conduire les autorités à faire preuve d'une plus grande sévérité¹⁸.

9 - La meilleure des stratégies à adopter est donc celle qui consiste à faire en sorte que l'entreprise ne soit jamais en situation

de violer la loi. Tout doit donc être mis en œuvre pour que les « compliance programs » remplissent leur objectif premier de prévention. Ceci implique d'abord un changement de mentalité de la part des dirigeants d'entreprises, notamment en Europe car trop souvent, ceux-ci utilisent ces instruments comme un moyen de détecter les infractions avant les autorités de concurrence¹⁹. Il est ensuite impératif que les programmes soient mis en place avec une large information pour mobiliser les dirigeants et tous les salariés autour du respect de leurs règles, dont ils devront avoir bien compris les finalités. Les programmes doivent également être les plus complets possibles et comprendre à la fois des mesures de sensibilisation aux règles de concurrence, et des mesures de détection de la survenance des infractions. Celles-ci doivent être appliquées avec sérieux, ce qui implique un investissement continu de la part des dirigeants et salariés. Par ailleurs, de lourdes sanctions doivent être prévues si un membre du personnel de l'entreprise met en œuvre une pratique anticoncurrentielle. En effet, l'adoption d'un comportement conforme au droit antitrust passe aussi bien par la diffusion d'une véritable culture de concurrence au sein de l'entreprise, que par la dissuasion.

10 - Pour encourager les entreprises à adopter des programmes de mise en conformité qui soient de véritables outils de prévention, les autorités de concurrence acceptent parfois de faire preuve d'indulgence, si les auteurs de pratiques anticoncurrentielles condamnés s'engagent à adopter de tels instruments. Autrement dit, le montant de la sanction pour une infraction constatée est minoré, en échange de l'adoption d'un programme qui présente toutes les garanties de prévention de nouvelles infractions²⁰. C'est la pratique des autorités américaines de concurrence et depuis peu, du Conseil de la concurrence²¹, qui considèrent ainsi que l'adoption de tels mécanismes peut être parfois plus utile à la préservation future du marché, que l'infliction de sanctions. À l'inverse, on notera que, après avoir eu un temps une telle attitude²², la Commission européenne répugne aujourd'hui à prendre en compte l'adoption d'un « compliance program » effectif pour réduire le montant de la sanction d'une infraction déjà commise²³.

B. - Atténuation de l'issue d'une procédure

11 - Nonobstant la bonne volonté et les efforts d'une entreprise pour appliquer avec sérieux son programme de mise en conformité, la survenance d'une infraction est toujours possible. L'expérience démontre en effet que certains salariés sont particulièrement habiles pour déjouer la vigilance des juristes de l'entreprise ou des dirigeants²⁴. Face au risque de sanctions et d'actions en indemnisation, l'objectif des « compliance programs » est alors d'atténuer les conséquences des procédures contentieuses qui pourraient s'ouvrir. Pour ce faire, ces instruments doivent permettre une détection rapide des infractions et prévoir quelles sont les mesures à adopter dans de telles situations.

12 - La découverte rapide de l'infraction place l'entreprise dans une position avantageuse pour négocier avec les autorités de concurrence. En effet, ces dernières offrent généralement une immunité ou une réduction d'amende, au titre des programmes de clémence, à la première entreprise qui dénonce l'existence d'un cartel dont elles ignoraient l'existence. Des réductions d'amendes peuvent être octroyées pour les entreprises qui se classent en second rang, à condition qu'elles fournissent des preuves qui

11. V. en France, C. Lazarus, intervention lors de la table ronde sur *La réception par les autorités administratives indépendantes in Les pratiques juridiques, sources du droit des affaires (ss dir. N. Molfessis)* : LPA 27 nov. 2003, n° 237, p. 61.

12. V. toutefois, K. Taylor et J. Pratt, Programmes de « compliance » en droit de la concurrence : RD aff. int. 8/1994, p. 981 s. (texte original en anglais).

13. Cons. conc., déc. n° 07-D-02, 23 janv. 2007, Marchés concernant l'élimination des déchets en Seine-Maritime : Concurrences n° 2/2007, p. 155, note Ch. Momège. – Cons. conc., déc. n° 07-D-20, 26 juin 2007, Marché de la location-entretien du linge : Concurrences n° 3/2007, p. 145, note C. Lemaire. – Cons. conc., déc. n° 07-D-33, 15 oct. 2007, Marché de l'accès de l'Internet à Haut débit : Contrats, conc. consom. 2007, comm. 307, obs. D. Bosco.

14. V. site internet du Conseil de la concurrence. – L'appel à concurrence a été publié au BOAMP n° 166 B, 30 août 2007, annonce n° 51. – La date limite de réception des offres était fixée au 2 oct. 2007.

15. Ateliers de la concurrence, 12 déc. 2007 : compliance et organisation interne de l'entreprise.

16. W. J. Kolasky, préc. note (8), p. 15.

17. Tel est le cas en droit américain, si certaines autres conditions sont réunies : ABA, Sentencing Guidelines in Antitrust, R. E. Hauberg et al. ed., 1999, p. 69 s.

18. V. en ce sens, L. Gyselen, *The Commission's Fining Policy in Competition Cases* : RD aff. int. 8/1994 p. 977. – V. en droit français, Cons. conc., déc. n° 07-D-29, 26 sept. 2007, Pratiques mises en œuvre dans le cadre de marchés publics d'installations électriques lancés par le musée de Versailles, pt 52, la connaissance du caractère illicite des pratiques par les entreprises est un facteur aggravant.

19. H. L. Huser, *No Longer « Business as Usual » : European Antitrust Compliance* : Antitrust spring 1998, p. 19 s.

20. Cela implique nécessairement un suivi des engagements.

21. Cons. conc., déc. n° 07-D-02, 23 janv. 2007, préc. note (13). – Cons. conc., déc. n° 07-D-20, 26 juin 2007, préc. note (13). – Cons. conc., déc. n° 07-D-33, 15 oct. 2007, préc. note (13).

22. Comm. CE, déc. n° 82/853, 7 déc. 1982, préc. note (10).

23. Comm. CE, déc. n° (2002) 5091, 17 déc. 2002, *Exhausteurs de goût (nucléotides)*, pts 279 s. – V. également TPICE, 26 avr. 2007, aff. T-109/02 s., *Bolloré SA c/ Commission*, pts 652 s.

24. W. J. Kolasky, préc. note (8), p. 15.

présentent une valeur ajoutée pour les enquêteurs. Le sort de l'entreprise est généralement scellé si l'infraction est découverte tardivement. La célérité est donc un facteur essentiel et un « compliance program » efficace peut permettre à l'entreprise de se classer en rang utile dans la course à la clémence. La détection rapide de l'infraction doit également conduire l'entreprise à faire cesser immédiatement la pratique litigieuse. Le dommage concurrentiel est donc réduit si, par la suite, une action civile est engagée contre l'entreprise, par les victimes de la pratique.

13 - En prévoyant quelles mesures doivent être prises lorsqu'une infraction est découverte, les « compliance programs » permettent aux dirigeants de l'entreprise d'agir sans précipitation, ni affolement. Toute décision irréfléchie pourrait compromettre les chances de l'entreprise d'obtenir un traitement favorable en cas de négociations avec les autorités de concurrence. Par exemple, un programme de mise en conformité peut utilement déconseiller le licenciement immédiat de l'auteur d'une pratique illicite : une telle décision peut en effet priver l'entreprise d'un témoignage clé et nuire à la réussite d'une démarche de clémence.

2. Contenu des « compliance programs »

14 - Le contenu des « compliance programs » est très variable. Tout dépend de la stratégie de management choisie par les dirigeants de l'entreprise, selon que l'accent sera mis sur l'aspect préventif ou curatif des programmes. Les données économiques entrent également en compte, étant entendu que plus la politique de « compliance » s'avérera complète et sophistiquée, et plus elle sera efficace, mais coûteuse. Classiquement, les programmes comprennent des dispositifs de formation et de sensibilisation aux règles du droit de la concurrence, à destination du personnel. Ils prévoient aussi l'organisation de procédures de vérification et l'instauration de mécanismes d'alerte des dirigeants.

A. - Dispositifs de formation et de sensibilisation

15 - Les dispositifs de formation et de sensibilisation sont essentiels pour assurer la conformité du comportement du personnel d'une entreprise avec les règles de concurrence. Les « compliance programs » efficaces comprennent toujours ce type de mesures. Les dirigeants et les salariés en contact avec la clientèle ou qui ont le pouvoir d'engager l'entreprise commercialement doivent en être les principaux destinataires.

16 - La formation et la sensibilisation aux règles de concurrence s'effectuent généralement par la diffusion de brochures explicatives et formulant des « commandements » à respecter. Par exemple, dans l'affaire du *marché de l'accès de l'Internet à Haut débit*, l'entreprise s'était engagée à transmettre à ses salariés un guide des bonnes et mauvaises pratiques en droit de la concurrence et qui intégrait spécifiquement le cas de figure qui avait donné lieu à la condamnation²⁵. Selon le degré de sophistication des programmes, cette tâche peut aussi s'effectuer par le biais de logiciels informatiques. Outre-Atlantique, plusieurs grandes entreprises ont ainsi recours à des logiciels interactifs sous forme de CD-ROM, ce qui semble faciliter l'apprentissage du personnel²⁶. Constatant leur efficacité, des groupes français ont adopté de tels logiciels.

17 - Des exercices d'entraînement et de vérification des connaissances complètent généralement ces mesures de sensibilisation, afin de s'assurer que le message a bien été diffusé et compris. Par exemple, dans le volet américain de l'affaire *Microsoft*, l'entreprise américaine s'est engagée à tenir chaque année d'importantes « tra-

ning sessions » qui donneront lieu à l'établissement de rapports²⁷. Des comités spécifiquement dédiés à cette mission peuvent être mis en place pour s'assurer du bon fonctionnement de ces dispositifs. Plus fréquemment, l'entreprise fera appel au cabinet d'avocats qui l'a aidée à élaborer le programme, pour vérifier que les salariés ont été bien formés. Il est préférable que ces séminaires de formation et de vérification aient lieu en petit comité, ce qui permet de véritables échanges et est plus efficace d'un point de vue pédagogique²⁸.

18 - La sensibilisation aux règles de concurrence passe également par la responsabilisation du personnel. Cela implique que le règlement intérieur soit assorti de sanctions disciplinaires en cas de non-respect des règles de concurrence. Dans une logique inverse, il peut également être prévu des systèmes de récompense. D'une manière plus générale, la réelle adhésion des salariés à la démarche de l'entreprise ne peut se faire que si les dirigeants s'impliquent et montrent l'exemple. Le message ne doit pas émaner des seuls juristes, souvent perçus comme des « empêcheurs de tourner en rond ». Les plus hauts dirigeants doivent aussi être actifs et avoir une communication claire et sans ambiguïté sur la politique de l'entreprise en matière de respect des règles de concurrence. Ainsi, il n'est pas rare qu'aux États-Unis, les présidents d'importants groupes enregistrent des vidéos diffusées dans toutes les filiales, et dans lesquelles ils martèlent l'importance de respecter les règles du jeu²⁹.

B. - Dispositifs de surveillance et d'alerte

19 - Les « compliance programs » performants comprennent en principe des dispositifs de surveillance et d'alerte. Si une infraction a été commise, les chances de découverte sont ainsi accrues et l'entreprise sera mise en mesure de réagir promptement. Ces dispositifs peuvent également avoir un effet dissuasif, les membres du personnel de l'entreprise se sachant surveillés.

20 - De manière classique, la surveillance de l'activité de l'entreprise est effectuée par l'intermédiaire d'audits de contrôle. Il peut s'agir d'audits programmés et, plus rarement, d'audits surprises. Ces derniers ont l'avantage de donner une vision plus conforme à la réalité de l'activité du personnel, mais peuvent être mal vécus et sont soumis aux impondérables de dernière minute. Ces opérations de contrôle s'avèrent nécessaires chaque fois que l'entreprise s'apprête à conclure une opération présentant des risques du point de vue de la concurrence. Des rapports d'audit sont ensuite rédigés et portés à la connaissance de la direction. Il faut toutefois garder à l'esprit que ces documents peuvent faire l'objet de demande de divulgation en cas de mise à jour d'une infraction, notamment si l'entreprise a une activité dans un État où les procédures de *discovery* sont admises.

21 - Les dispositifs de surveillance sont parfois plus élaborés et peuvent reposer sur l'étude attentive de la réaction des concurrents et des clients de l'entreprise. Par exemple, dans l'affaire du *marché de l'accès de l'Internet à Haut débit*, l'entreprise contrevenante s'est engagée à adopter un système de surveillance basé sur l'examen des réclamations des consommateurs³⁰. Un suivi statistique de ces réclamations est également prévu, afin d'identifier les points de vente qui présentent un taux anormal de plaintes et d'approfondir leur situation.

22 - La surveillance peut encore être exercée par les propres membres de l'entreprise. C'est l'objet des procédures dites d'alerte (ou « whistleblowing », selon la terminologie anglo-saxonne) qui

27. U.S. District Court for the District of Columbia, *Joint Status Report on Microsoft's Compliance with the Final Judgement*, 31 août 2007 : site internet de la Division Antitrust.

28. W. B. Lawrence, *Protecting Against Problems – Corporate Compliance Programs* : Antitrust L. J., 1988, p. 601 et s.

29. W. B. Lawrence, *Protecting Against Problems – Corporate Compliance Programs* : préc. note (28).

30. Cons. conc., déc. n° 07-D-33, 5 oct. 2007, préc. note (13).

25. Cons. conc., déc. n° 07-D-33, 15 oct. 2007, préc. note (13).

26. T.-L. Banks, *Using Technology to Teach Effective Antitrust Compliance* : Antitrust summer 1995, p. 37 s.

donnent la faculté aux salariés de signaler toute pratique prohibée dont ils auraient connaissance, à la direction des ressources humaines, à une direction d'audit interne ou à un médiateur spécialement nommé à cet effet, en bénéficiant de la confidentialité de leur démarche. De telles mesures peuvent toutefois avoir pour inconvénient, outre le risque de dénonciation abusive, l'instauration d'un certain climat de suspicion au sein de l'entreprise. Il est donc nécessaire de communiquer sur ces mécanismes, pour modifier la perception que peuvent en avoir les salariés français.

23 - Concrètement, il peut s'agir de l'installation de lignes téléphoniques ou de courriers électroniques, spécialement conçus pour la dénonciation d'infractions présumées et qui garantissent l'anonymat des dénonciateurs. En France, le Conseil de la concurrence semble favorable à ce type de dispositifs et vient d'accepter que des entreprises les mettent en œuvre au titre de leurs engagements, dans l'affaire *du marché de la location-entretien du linge*³¹. Les doutes que pouvaient soulever ces mécanismes ont été écartés : lors de la séance d'examen de l'affaire, les représentants du Ministère du travail et de la CNIL, qui ont été entendus, ont consi-

déré qu'*a priori* ces procédures ne contreviennent pas aux droits des salariés³².

24 - En conclusion, la tendance au développement des « compliance programs » nous paraît excellente et il convient de la renforcer. Les entreprises ont tout intérêt à se doter de tels dispositifs, étant donné les avantages qu'elles peuvent en retirer en terme de gestion des risques concurrentiels. Les « compliance programs » sont, en outre, un moyen original pour promouvoir la culture de concurrence, notion qui manque encore quelque peu de résonance en France. Il faut cependant se garder de tout angélisme. Certains observateurs font en effet valoir que des entreprises sont parfois condamnées, alors qu'elles avaient déjà été sanctionnées préalablement, et qu'elles avaient pourtant adopté de tels programmes³³. Certes, il est vrai que les entreprises pourraient être tentées d'utiliser ces instruments comme une façon d'améliorer leur image de marque, sans s'investir suffisamment dans le contenu de leurs programmes et le suivi de leur application. Mais l'on sait aussi que, quels que soient le sérieux et l'implication, personne n'est à l'abri de la commission d'une infraction. En tout état de cause, les limites d'un système ne permettent évidemment pas de condamner son utilité. ■

Mots-Clés : Pratiques anticoncurrentielles - Compliance programs - Objectifs - Contenu

31. *Cons. conc.*, déc. n° 07-D-20, 26 juin 2007, préc. note (13).

32. Il est toutefois nécessaire de déposer un dossier individuel d'autorisation auprès de la CNIL.

33. C. Harding et J. Joshua, *Regulating Cartels in Europe – A study of Legal Control of Corporate Delinquency* : Oxford University Press 2003, p. 252. – W. J. Kolasky, préc. note (8), p. 2.