



Le cœur d'un leadership résilient

En pleine crise, la recherche de la stabilité dans votre entreprise est un véritable défi. Comment rester fidèle à vos valeurs et à votre stratégie d'entreprise, tout en rendant votre entreprise suffisamment flexible pour relever les défis engendrés par la crise?

Deloitte distingue cinq qualités essentielles de leadership résilient qui déterminent si vous voulez agir en mode survie ou en mode croissance en période difficile, quelle que soit l'ampleur de l'impact de COVID-19 sur votre entreprise.

Design from the heart and the head

Comment montrer à votre personnel, vos clients, vos fournisseurs et votre réseau que vous voulez le meilleur pour chacun d'eux tout en prenant des décisions financières difficiles? Le défi consiste à trouver des solutions qui à la fois soutiennent votre stratégie et servent le cœur de votre organisation.

Put the mission first

En tant que dirigeant d'entreprise, vous êtes confronté à de nombreux problèmes et questions au milieu de la crise actuelle. Dans le respect des valeurs et la mission de leur entreprise, les dirigeants résilients savent comment filtrer les problèmes les plus urgents et prendre rapidement des mesures pour les résoudre. Ils voient des opportunités dans les contraintes actuelles, les traduisent en idées novatrices et (ré)organisent leurs équipes hic et nunc pour sortir plus forts de la crise.

Aim for speed over elegance

Les dirigeants résilients sont déterminés et agissent de manière décisive; si nécessaire sur la base d'informations incomplètes. Il est souvent plus important de prendre des mesures audacieuses que de chercher une solution parfaite. Ou, comme le disait Marc Twain, "Continuous improvement is better than delayed perfection".

Own your narrative

Soyez transparent sur la réalité (dure) actuelle, mais esquissez en même temps une image d'un avenir passionnant et de la voie à suivre, à laquelle vos actionnaires peuvent s'identifier et vous soutenir. Anticiper le manque d'information pour éviter la propagation de la désinformation et des rumeurs.

Embrace the long view

Les chefs d'entreprise résilients restent concentrés sur ce qui se profile à l'horizon, relèvent les défis posés par COVID-19 et anticipent les nouveaux modèles d'entreprise susceptibles d'émerger en conséquence. Ils façonnent la 'nouvelle normalité', en créant la confiance et la stabilité au sein de leur écosystème.

Au milieu d'une crise, les dirigeants résilients font des efforts supplémentaires pour respecter les cinq caractéristiques fondamentales ci-dessus. Ils renforcent ainsi l'impact sur leur entreprise, ce qui facilite également le redémarrage. Trois échéances doivent être gérées en parallèle:



RESPOND: Gérez la situation de crise actuelle et assurez la continuité de votre entreprise.

RECOVER: Tirez les leçons de la situation de crise actuelle pour en sortir plus fort.

THRIVE: Donnez forme à la 'nouvelle normalité' et préparez votre entreprise à celle-ci.

Anne-Line Servaes, aservaes@deloitte.com



La vente via réseaux sociaux

Les règles juridiques du 'commerce à distance'

La crise actuelle du COVID-19 accentue la transformation numérique. Bon nombre de commerçants se lancent dans les affaires en ligne et décident de créer leur boutique virtuelle. Nous constatons également une augmentation des ventes via les réseaux sociaux tels que Instagram ou Facebook. Mais quelles sont les règles juridiques du e-commerce via les réseaux sociaux?

Commerce sur les réseaux sociaux

Les règles juridiques applicables à la vente de produits ou de services via les réseaux sociaux sont en grande partie similaires à celles applicables à la vente via un site d'e-commerce.

La difficulté des ventes via les réseaux sociaux réside dans le contenu limité d'une publication pour répondre aux nombreuses exigences d'information soulevées par la législation du e-commerce. En cas de vente via les réseaux sociaux, l'entreprise doit fournir au moins les informations précontractuelles reprenant les principales caractéristiques des produits/services, l'identité de l'entreprise, le prix total ainsi que le droit de rétractation. Les autres obligations d'information doivent ensuite être reprises dans la confirmation

de commande que l'acheteur reçoit au moyen d'un support tangible (par exemple un document PDF).

Pour toute vente à distance, veillez à respecter l'obligation d'informer le consommateur sur l'existence d'un droit de rétractation. Ce droit octroie aux consommateurs (B2C) le droit de retourner les marchandises achetées à distance endéans un délai de 14 jours suivant la livraison.

Lorsqu'un consommateur exerce son droit de rétractation, l'entreprise est tenue de lui rembourser les paiements effectués (frais de livraison inclus), par le même moyen de paiement. Un remboursement au moyen d'un bon d'achat n'est donc pas autorisé. Soyez vigilant, une information incorrecte sur le droit de rétractation peut entraîner une prolongation du droit jusqu'à 12 mois.

Attention, lorsque l'achat constitue une exception légale au droit de rétractation, il existe également une obligation d'information.

Actions 'like, share & win'

Les réseaux sociaux sont également un outil pratique pour les concours promotionnels, tels que les actions du type 'like, share & win' visant à renforcer la notoriété de la marque. Cependant, de nombreuses règles (juridiques) s'appliquent à nouveau: d'une part la législation nationale et d'autre part les lignes directrices spécifiques relatives aux différentes plateformes des réseaux sociaux.

Dans les faits, la grande majorité des concours Facebook et Instagram sont aujourd'hui contraires à la loi belge et tombent sous le coup de l'interdiction d'organiser des jeux de hasard (loterie). Dans une action 'like, share & win', le gagnant est généralement tiré au sort, ce qui est en fait interdit en Belgique. Pour y remédier, il suffit de conditionner la participation à une action qui va favoriser, ou non, leur sélection: un test de connaissances ou de dextérité (la publication d'une photo, question de connaissances, ...) par exemple. De cette façon, le gain n'est plus purement fortuit.

Il est également recommandé d'établir un règlement clair relatif à votre jeux concours (par exemple via un lien vers votre site web). Il peut être intéressant de

prévoir une page dédiée aux jeux concours sur votre site web, reprenant toutes les informations obligatoires et les mentions légales nécessaires. Ce document peut également y inclure les termes et conditions de confidentialité liés aux plateformes des réseaux sociaux utilisés.

Droits de propriété intellectuelle

Les textes originaux, les photos et/ou les vidéos publiés sur votre site web ou sur votre page sur les réseaux sociaux sont protégés par des droits de propriété intellectuelle. Le droit d'auteur naît automatiquement dès la création (publication) d'une réalisation originale (comme une photo originale d'un produit). Un tel contenu ne peut être copié sans l'autorisation préalable de l'auteur/ de son propriétaire. Respectez les droits d'auteur et agissez rapidement en cas d'utilisation illégale de vos propres droits.

Marketing d'influence

Le marketing d'influence est en plein essor aujourd'hui. Mais là aussi, des obligations légales se profilent à l'horizon. La loi relative à la protection du consommateur oblige tout annonceur à toujours faire connaître sa publicité en tant que telle. Appliquée à l'utilisation des réseaux sociaux, cette obligation peut être respectée par le biais d'une annonce claire, ou un hashtag qui indique au consommateur la nature promotionnelle de la publication et de l'annonceur (par exemple #advertising et #nameadvertiser). La transparence est à nouveau le mot d'ordre.

Checklist

- Exigences en matière d'information précontractuelle et confirmation de commande
- Droit de rétractation et obligation de remboursement
- Conditions pour les actions promotionnelles et règlement relatif aux jeux concours
- GDPR
- Respect des droits d'auteur
- Caractère promotionnel et identité de l'annonceur publicitaire

Lorsque l'on se lance dans la vente via les réseaux sociaux, il est important de connaître et d'appliquer les réglementations juridiques qui s'imposent. Nos équipes de spécialistes en la matière sont à votre disposition et seront heureux de vous accompagner dans le développement de votre projet.

Mathilde Boucquiau,
mboucquiau@deloitte.com

Carry back des pertes

Le Gouvernement belge a décidé une nouvelle mesure fiscale pour améliorer la liquidité et la solvabilité des entreprises qui souffrent des conséquences financières de la crise. Concrètement, elle concerne la possibilité d'un 'carry back des pertes' et vise à réduire les dettes fiscales.

Principe

La possibilité d'un 'carry back des pertes' permet aux entreprises de compenser de manière unique, sous certaines conditions, les bénéfices imposables relatifs à l'exercice d'imposition 2019 ou 2020 (*) avec les pertes prévues pour l'exercice d'imposition suivant (c'est-à-dire 2020 ou 2021).

Cela signifie que les pertes estimées d'un exercice comptable en cours peuvent déjà être déduites de l'exercice précédent. Afin d'éviter une double déduction des pertes, le montant précédemment exonéré doit être réintégré l'année suivante, c'est-à-dire l'année où les pertes ont été effectivement subies. Cette dernière est également appelée 'recapture'. L'année de la recapture, une majoration est également appliquée

pour neutraliser la différence de taux de l'impôt des sociétés (par exemple, de 29,58 % l'année de la déduction à 25 % l'année de la recapture).

(*) Concernant l'exercice comptable clôturé entre le 13 mars 2019 et le 31 juillet 2020.

Une estimation réaliste est nécessaire

Il convient donc de procéder à une estimation précise des pertes potentielles à venir au cours de l'exercice comptable en cours. En effet, une surestimation de plus de 10 % des pertes attendues donnerait lieu à une cotisation spéciale qui varie selon l'importance de la surestimation.

Une distribution conduit à l'exclusion

Les entreprises qui ont effectué ou effectueront des 'distributions interdites' au cours de la période allant du 12 mars 2020 jusqu'à la date limite de dépôt de la déclaration pour l'exercice 2021 sont exclues de cette mesure. Les distributions interdites sont: le rachat d'actions propres, la distribution de dividendes, la réduction du capital ou toute autre réduction ou distribution des capitaux propres.



Par conséquent, afin d'utiliser cette mesure de manière optimale, il est important non seulement de suivre strictement l'évolution des résultats financiers, mais aussi de réfléchir au besoin réel de distributions par la société.

Les entreprises suivantes sont également exclues:

- celles qui sont soumises à un régime fiscal spécial
- celles qui ont certains liens avec les paradis fiscaux ou qui effectuent des paiements à destination de ceux-ci
- celles qui peuvent être considérés comme une 'entreprise en difficulté' au 18 mars 2020.

Wesley Devleeschauer,
wdevleeschauer@deloitte.com

Cookies: pour tous les goûts ... mais avec permission!

Une attention toute particulière est portée sur l'utilisation des cookies, exigences auxquelles même les PME's n'échappent pas. L'attitude de plus en plus stricte de l'Autorité de Protection des Données en témoigne, ayant récemment infligé une amende de 15.000 EUR au site internet Jubel.be.

Les cookies permettent d'optimiser la visite des utilisateurs sur votre site internet, mémoriser les choix techniques (tels

que par exemple le choix d'une langue, l'inscription à la newsletter, ...) et afficher des services et des offres plus pertinents et adaptés aux profils de vos visiteurs.

A quoi devez-vous faire attention?

L'Autorité de Protection des Données accorde une grande importance à la transparence. Un pop-up relatif à l'utilisation de cookies sur votre site internet doit offrir la possibilité au visiteur de marquer son consentement actif et éclairé, par type de cookie utilisé. Ce pop-up doit donc clairement distinguer les différents types de cookies (cookies fonctionnels (nécessaires), analytiques, publicitaires, marketing, ...) et permettre à l'utilisateur de cocher activement les cookies qu'il vous

permet d'utiliser lors de sa visite. Attention, seuls les cookies nécessaires peuvent être pré-cochés.

Grâce à une politique de cookies facilement accessible sur votre site internet, l'utilisateur doit être informé de manière complète sur les cookies auxquels vous avez recours, leur durée de conservation et les fins auxquelles ils sont utilisés.

En outre, l'utilisateur doit avoir la possibilité de retirer son consentement à tout moment et de supprimer les cookies qui ont été placés.

Mettez de l'ordre sur votre site internet dès maintenant afin d'éviter une amende salée!
Mathilde Boucquiau, mboucquiau@deloitte.com



Bonnes vacances!

NOTRE RÉDACTION VOUS SOUHAITE DE BONNES VACANCES ET UN REPOS BIEN MÉRITÉ. **JUSQU'EN SEPTEMBRE!**

Private governance

La fondation privée belge comme structure de contrôle

L'inconnu, ce mal aimé

Vous voulez transmettre votre entreprise familiale à la génération suivante, mais vous souhaitez quand même en garder le contrôle. Dans ce contexte, les actifs sont souvent placés dans une structure de contrôle telle qu'une société simple ou une STAK de droit néerlandais. Suite aux récents changements législatifs, la fondation privée belge est-elle enfin devenue un véritable concurrent?



En utilisant une structure de contrôle, la propriété des actions est divisée entre la propriété économique et la propriété juridique. Les certificats de la structure de contrôle donnent droit à la valeur patrimoniale des actions sous-jacentes, y compris les éventuels revenus tel que les dividendes. Cela représente la valeur économique. L'organe de gestion de la structure de contrôle exercera à son tour la gestion des actions certifiées, tels que les droits de vote des actions. On parle ici de propriété juridique. C'est ainsi que la planification patrimoniale est mise en place avec un maintien du contrôle.

Traditionnellement, une STAK néerlandaise est souvent utilisée comme structure de contrôle. Toutefois, le nouveau droit des sociétés a rendu la fondation privée belge plus attrayante en prévoyant qu'une fondation privée belge, comme sa variante néerlandaise, peut désormais être gérée par un seul administrateur, contre trois auparavant. En outre, une fondation privée belge ne tombe pas dans le champ d'application de la taxe Caïman (modifiée), ce qui signifie qu'elle ne doit pas être mentionnée dans la déclaration à l'impôt sur les revenus des personnes physiques.

Lors de la gestion de la STAK, il faut également tenir compte de son siège réel de gestion. Cela signifie qu'en principe, la gestion devra être organisée depuis les Pays-Bas, ce qui ajoute quelques points d'attention supplémentaires. En outre, cela signifie qu'un bureau fiduciaire sera souvent engagé pour maintenir une adresse aux Pays-Bas et pour le suivi des tâches quotidiennes telles que la réception du courrier au siège social. Bien entendu, des coûts sont liés à ces services.

La fondation privée belge et la STAK néerlandaise sont toutes deux fiscalement transparentes, sont établies par acte notarié et sont soumises à certaines obligations administratives. À cet égard, les Pays-Bas font preuve d'un peu plus de discrétion en ce qui concerne la publication des actes juridiques (par exemple, l'acte de constitution).

Nous pouvons donc conclure que la fondation privée belge est désormais une alternative valable à la STAK néerlandaise. Cependant, comme la fondation privée belge est moins connue dans le cadre de la certification, l'inconnu est apparemment parfois mal aimé.

Hélène Rouvez, hrouvez@deloitte.com

RGPD (GDPR)

Si dorénavant vous ne souhaitez plus recevoir notre lettre d'information, envoyez un mail à lvangucht@deloitte.com ou un message par courrier à Deloitte Accountancy, Rédaction Actualités, Raymonde de Larochelaan 19A, 9051 Gent

Editeur responsable

Henk Hemelaere

La reproduction totale ou partielle de cette publication n'est autorisée qu'avec l'accord préalable de la rédaction. Malgré tous les soins apportés à cette édition, la rédaction ne peut être tenue pour responsable des erreurs et omissions éventuelles qui subsisteraient dans les textes publiés. Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter votre correspondant Deloitte habituel, ou téléphonez au numéro 09 393 75 85.

www.deloitteprivate.be



facebook.com/deloitteaccountancy



[@DeloitteAcc](https://twitter.com/DeloitteAcc)



linkedin.com/company/deloitte-accountancy

© 2020 Deloitte Accountancy
Designed and produced by the
Creative Studio at Deloitte Belgium

Anvers - Bruges - Bruxelles -
Charleroi - Courtrai - Gand -
Hasselt - Liège - Louvain -
Roulers - Tournai - Zaventem