Trois questions à Sarah Lacoche, directrice générale de la DGCCRF

13 juillet 2023

Enquêter pour protéger les consommateurs et les entreprises.

Comment protéger les consommateurs et garantir le jeu de la concurrence entre les entreprises ? Inflation, lutte contre les fraudes, accompagnement de la transition écologique et de la transformation numérique de l'économie, Sarah Lacoche, nouvelle directrice générale depuis le mois de mai 2023, revient sur l'action menée en 2022 et les grandes priorités de 2023 de la DGCCRF.

Que retenez-vous de l'action de la DGCCRF en 2022 ?

Le début de l'année a été marqué par **deux crises alimentaires majeures avec les contaminations de pizzas Fraîch'Up puis de chocolats Kinder**, qui ont conduit au retrait et au rappel massif de ces produits. Les services de la DGCCRF ont été fortement mobilisés pour la gestion de ces crises majeures, tant pour alerter les consommateurs, que pour s'assurer du retrait effectif des produits contaminés de tous les lieux de vente. Leur mobilisation, aux côtés de nos partenaires, a été immédiate et exceptionnelle, pour mettre en œuvre les mesures nécessaires.

L'augmentation des prix des matières premières, et notamment de l'énergie, provoquée en grande partie par la guerre en Ukraine, a provoqué une poussée inflationniste qui a placé la préservation du pouvoir d'achat au cœur des préoccupations. Là aussi, les agents de la CCRF ont été mobilisés, qu'il s'agisse de vérifier que les distributeurs pétroliers répercutaient bien la remise sur le prix des carburants instaurée par le gouvernement, mais aussi de s'assurer que certains opérateurs ne profitaient pas de l'augmentation des prix pour accroitre leurs marges ou tromper les consommateurs.

Autre mesure phare de l'année 2022, la loi portant mesures d'urgence pour **la**

protection du pouvoir d'achat (Muppa) du 16 d'août 2022 prévoit désormais de nouveaux dispositifs en faveur du pouvoir d'achat comme la facilitation des modalités de résiliation des contrats pour permettre au consommateur de mieux faire jouer la concurrence. Cette même loi renforce les sanctions concernant les pratiques commerciales trompeuses ou agressives.

La lutte contre les fraudes, qui trompent le consommateur et faussent la concurrence entre les opérateurs économiques, est au cœur de l'action de la DGCCRF. En la matière, en 2022, l'enquête mené auprès de l'**entreprise Urgo**, en étroite collaboration avec la gendarmerie de Dijon, a été exemplaire. La société avait offert plus de 5,5 millions d'euros de cadeaux à des pharmaciens pour qu'ils privilégient ses références au détriment, de ses concurrents, de la collectivité et des dépenses de santé. Nos investigations ont permis de mettre en évidence la violation du dispositif « anti-cadeaux » destiné à préserver l'indépendance des professionnels de santé dont les prescriptions ne doivent obéir qu'à des considérations médicales. Le tribunal de Dijon a condamné les Laboratoires Urgo à une amende de plus d'1,1 million d'euros et a prononcé la confiscation de 5,4 millions d'euros saisis à titre conservatoire lors de l'enquête. L'affaire illustre aussi notre capacité à sanctionner rapidement et lourdement les infractions les plus graves, en coopération avec les services de police judiciaire.

2022 a été une année intense pour tous les agents de la DGCCRF. Au nom de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, et d'Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, et en mon nom propre, je salue leur engagement sans faille et leur action résolue.

Comment se traduit le renforcement des pouvoirs de la DGCCRF en 2022 ?

Il n'y a pas d'enquête sans pouvoirs pour rechercher et sanctionner les pratiques dommageables pour les consommateurs et notre économie. **La réquisition numérique et la possibilité d'assortir nos injonctions d'une astreinte sont des moyens efficaces pour protéger les consommateurs** mais aussi les entreprises qui peuvent subir des pratiques restrictives de concurrence ou déséquilibrées.

2022 a également marqué le développement de l'**utilisation de notre pouvoir**

d'injonction numérique utilisé la première fois en 2021 dans l'**affaire WISH pour déréférencer le site** de e-commerce et son application des principaux moteurs de recherche et magasins d'application mobile. C'est un outil précieux qui nous permet d'agir avec célérité pour protéger les consommateurs. En 2022, nous avons utilisé ce nouveau pouvoir à 86 reprises : 56 fois pour restreindre l'accès, 30 fois pour bloquer un nom de domaine. C'est aussi un outil fortement dissuasif qui pousse les professionnels à mieux respecter les injonctions de l'administration.

En matière de pratiques restrictives de concurrence, autre domaine d'intervention de la DGCCRF, la **procédure d'injonction sous astreinte** a été mise en œuvre **pour la première fois contre Amazon**. L'astreinte a été liquidée à hauteur de 3,3 millions d'euros. Cet opérateur tardait à revoir les conditions contractuelles déséquilibrées qu'il imposait aux professionnels commercialisant les produits par son intermédiaire. Preuve de la reconnaissance de l'efficacité de cette mesure, la possibilité d'injonction sous astreinte a été étendue en 2023 aux infractions au code de la consommation dans la loi du 9 juin 2023 encadrant l'activité d'influenceur.

Enfin, la loi du 16 août 2022 portant **mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat alourdit désormais les sanctions pour pratiques commerciales déloyales** (trompeuses et agressives) lorsque celles-ci ont donné lieu à la conclusion d'un contrat ou qu'elles ont été commises en bande organisée et étend les possibilités de communication de la DGCCRF en matière d'injonctions administratives. Cette communication est une arme redoutable à l'encontre des opérateurs qui rechigneraient à respecter la loi tout en permettant de mettre en garde le consommateur.

Quelles sont vos priorités pour 2023 ?

Nous restons évidemment fortement mobilisés sur **la question du pouvoir d'achat**, à la fois sur la **question des négociations commerciales entre la grande distribution et ses fournisseurs**, que les ministres ont souhaité rouvrir pour que les consommateurs bénéficient du reflux des prix des matières premières, mais également sur l**e contrôle des engagements pris par la grande distribution dans le cadre du trimestre, puis du semestre, anti-inflation**.

La transition écologique et l'accompagnement du développement du numérique sont les deux autres thèmes prioritaires pour notre direction.

Plusieurs enquêtes ont déjà été menées et reconduites cette année **dans le secteur de la rénovation énergétique**, en matière d'affichage des indices de consommation énergétique et de réparabilité, d'interdiction de certains produits en plastique à usage unique et de sincérité des allégations environnementales, qui doivent permettre aux consommateurs d'opter pour des biens et des services plus durables. Au-delà de notre mission régalienne de recherche de fraudes et de contrôle au sens large, **nous avons pour ambition de contribuer à une politique de consommation durable, respectueuse des choix des consommateurs et de la concurrence entre opérateurs, mais aussi au service des politiques climatiques et environnementales de notre pays**. En objectivant nos propositions de politiques publiques par nos observations de terrain et nos échanges avec les professionnels, les consommateurs et les autres administrations, nous nous engageons dans la planification écologique et le soutien au développement de modèles d'affaires et de modes de consommation plus respectueux de l'environnement.

En matière de numérique, nous devrons continuer à veiller à l'équilibre entre les différents acteurs pour que chacun profite au quotidien des impacts positifs du numérique. Les pratiques commerciales développées sur internet retiendront toute l'attention de nos agents encore en 2023 afin de protéger les consommateurs, notamment les plus vulnérables. Je pense notamment aux contrôles des pratiques commerciales des influenceurs ou à la protection des consommateurs qui achètent sur les sites de *dropshipping*.

La DGCCRF s'adapte aux mutations de l'économie et aux attentes des consommateurs. **Cette année encore, une partie de nos enquêtes va porter sur des risques ou secteurs émergents ou en plein essor,** comme l'économie circulaire, les produits végans (alimentaires ou non), les grands évènements sportifs avec la coupe du Monde de Rugby et la préparation des Jeux olympiques et paralympiques.

Le respect des règles du jeu économique et la confiance des consommateurs comme des entreprises sont indispensables au bon fonctionnement de l'économie. Nous serons là pour y veiller.

***Site de la DGCCRF* - 07/07/2023**