



CAROLE DELGA

SECRETARIE D'ETAT CHARGÉE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DE LA CONSOMMATION ET DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE, AUPRES DU MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DU NUMÉRIQUE

Discours

Discours

Paris, le 12 février 2015

Conférence de presse annuelle des résultats 2014 de la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)
- Mercredi 11 février 2015 -

Madame la Directrice Générale,
Mesdames et Messieurs,

Cette conférence de presse est devenue au fil des années un rendez-vous annuel incontournable, et je tiens à saluer toutes celles et ceux qui sont présents ce matin à Bercy.

Cette conférence de presse vise tout à la fois à faire le bilan des actions menées dans le champ de la concurrence et de la consommation, à vous faire connaître les orientations pour l'année à venir, mais aussi et surtout à mettre en lumière l'action quotidienne de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes.

En effet, à travers cette action, partout dans les territoires, c'est aussi le quotidien de nos concitoyens que nous appréhendons, et que nous améliorons.

En veillant à l'**ordre public économique**, c'est-à-dire à l'équilibre dans les relations entre les acteurs économiques, entre les entreprises et les consommateurs et entre les entreprises elles-mêmes, la DGCCRF est amenée à intervenir sur tout ce qui dérègle notre économie :

- Les pratiques anticoncurrentielles qui grèvent le pouvoir d'achat des consommateurs ;
- Les pratiques frauduleuses dont les consommateurs sont les premières victimes et qui empêchent aussi un fonctionnement loyal de la concurrence ;



- Les entorses à la sécurité des produits et des services, qui mettent en risque nos concitoyens dans leurs actes de consommation quotidiens.

Et finalement, c'est la confiance de nos concitoyens et des entreprises respectueuses des règles, qui est écornée par ces pratiques. C'est en cela qu'il est de notre devoir d'intervenir avec fermeté pour faire respecter les règles du jeu.

Nous avons plus que jamais besoin de confiance dans notre économie, dans notre société. Donc nous agissons pour restaurer la confiance, tout autant du consommateur que de l'entreprise.

Avant de détailler avec la Directrice Générale un certain nombre d'éléments, je souhaiterais revenir sur quelques éléments de contexte et de perspective.

I. Le contexte dans lequel nous nous situons

1) Nous vivons un contexte économique difficile, tant pour les consommateurs que pour les entreprises.

- ⇒ Le pouvoir d'achat des consommateurs a baissé ces dernières années, notamment rapporté à chaque foyer
- ⇒ De nombreuses entreprises connaissent des difficultés

C'est pourquoi, du côté des entreprises, le Président de la République et le Premier Ministre ont mis en place le Pacte de Responsabilité, qui est pleinement en œuvre depuis le 1^{er} janvier.

C'est aussi pourquoi le Gouvernement a souhaité agir, avec la loi Consommation, sur un certain nombre de dépenses contraintes de nos concitoyens, comme les assurances, les produits d'optique, certains frais des maisons de retraite.

La loi Macron continue d'ailleurs ce travail dans d'autres domaines (permis de conduire par exemple)

2) Nous vivons aussi des mutations économiques rapides et irréversibles, notamment avec Internet, qui créent de nouvelles façons de produire et de consommer.

Je pense notamment aux comparateurs de produits et de services, dont l'accessibilité et l'immédiateté nous interroge sur l'exigence de transparence et d'exactitude dont ils doivent faire preuve.

Je pense aussi à l'économie collaborative, ou encore au financement participatif, qui sont de réelles opportunités économiques, mais qui nécessitent un encadrement adéquat, notamment pour que le consommateur continue de bénéficier d'une protection de bon niveau.

Nous devons donc mener de front les évolutions législatives, et les contrôles de terrain.

3) Nous nous inscrivons également dans le nécessaire effort de réduction de la dépense publique.

C'est ici l'occasion de rappeler que malgré les efforts importants demandés à Bercy en termes de baisse de dépenses, la DGCCRF a été préservée : l'an dernier avec une augmentation de 15 ETP et cette année avec le maintien de ses effectifs.

Il est en effet important que la DGCCRF continue de disposer d'effectifs partout sur le terrain, en nombre suffisant.

La revue des missions des administrations de l'Etat, qui doit s'achever dans les prochains mois, est d'ailleurs l'occasion pour le Ministère de réaffirmer la priorité qui doit être donnée aux missions de protection économiques de nos concitoyens, et la nécessaire optimisation de notre organisation.

II. Pour répondre à ces enjeux, la DGCCRF réussit une forme de grand écart :

1) Il faut agir au plus près des consommateurs et des entreprises, dans les territoires, dans une logique d'accompagnement des acteurs économiques

Je viens d'en parler : nos concitoyens, consommateurs et professionnels, ont besoin de proximité de l'Etat.

A ce titre, les Directions départementales de la protection de la population assurent cette mission de proximité et je tiens à les saluer, car c'est aussi de leur action que nous rendons compte aujourd'hui. Sans oublier l'action des Directions régionales en charge de la concurrence et de la consommation, les DIRECCTE.

2) Il nous faut également nous adapter rapidement, intégrer les nouvelles pratiques économiques et de consommation, et intervenir avec fermeté lorsque ces pratiques sortent du cadre

Là, il s'agit en premier lieu de vérifier la bonne connaissance et la bonne mise en œuvre des nouvelles législations, en l'occurrence de la loi consommation.

Il faut aussi être en veille constante sur les nouvelles formes de commercialisation, les nouveaux produits et services, et trouver rapidement une réponse à chaque situation.

3) Donner en même temps les moyens au consommateur d'être un acteur en pleine possession de ses moyens, de pouvoir choisir, et lorsque c'est nécessaire, de se défendre

Et j'en termine ainsi avec ce qui était le point de départ de la loi consommation, c'est-à-dire rééquilibrer les pouvoirs entre consommateurs et professionnels. Bien sûr avec l'action de groupe, mais également un certain nombre d'autres dispositions qui permettent aux associations de consommateur de mieux intervenir au bénéfice des consommateurs, comme en matière de clauses abusives.

C'est aussi le dossier de la médiation, qui va se généraliser d'ici à janvier 2016, par la transposition de la directive RELC (règlement extrajudiciaire des litiges de consommation), et qui doit permettre de résoudre notamment les petits litiges de consommation.

Ces dispositifs sont tout à fait essentiels pour que le consommateur joue lui-même pleinement son rôle de « régulateur », entre guillemets, des marchés de consommation. Cela permet à la DGCCRF d'intervenir là où il y a de réels dysfonctionnements, qui nécessitent l'intervention, parfois répressive, de l'Etat.

Donc, vous l'avez compris, la ligne d'action de la DGCCRF, c'est agir aujourd'hui pour la confiance de demain.

2014 et 2015 sont des années très intéressantes, car nous disposons de nouveaux outils, dans un contexte de mutations importantes.

Contacts presse cabinet de Carole DELGA : Sophie DULIBEAU et Anthony PORCHERON
01 53 18 44 13 - sec.secaccess-presse@cabinets.finances.gouv.fr