



La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

dgcrf


MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

- Une mission au service des consommateurs et des entreprises
- L'organisation et les moyens
- La DGCCRF et son environnement

Une mission autour de 3 axes



■ La régulation concurrentielle
des marchés



■ La protection économique
des consommateurs



■ La sécurité
des consommateurs

Les principales bases légales des interventions de la DGCCRF

- Le Traité de l'Union européenne et ses règlements d'application
- Le Code de commerce pour sa partie relative au droit de la concurrence (Livre IV)
- Le Code de la consommation
- Le Code des marchés publics
- Des dispositions du Code de la santé publique, du Code de la sécurité sociale, du Code du travail, du Code de la construction, du Code de la propriété intellectuelle...

LA RÉGULATION CONCURRENTIELLE DES MARCHÉS



OBJECTIF



Définir et faire respecter les règles de concurrence favorables au développement d'un marché ouvert et transparent

- **La lutte contre les ententes et les abus de position dominante en liaison avec l'Autorité de la concurrence**
- **La prévention et le contrôle des pratiques commerciales déloyales entre professionnels (en particulier dans les relations industrie-commerce)**
- **La détection et la lutte contre les contrefaçons de marque**

LA RÉGULATION CONCURRENTIELLE DES MARCHÉS



OBJECTIF



Définir et faire respecter les règles de concurrence favorables au développement d'un marché ouvert et transparent

- **Développer la prévention**
 - ✓ **diffuser l'information sur les droits de la concurrence et de la consommation**
 - auprès des instances consulaires locales
 - auprès des entreprises
- **Utiliser les notifications d'information réglementaire à une fin pédagogique**

LA PROTECTION ÉCONOMIQUE DES CONSOMMATEURS



OBJECTIF



**Informier et protéger
au quotidien les consommateurs
des pratiques commerciales abusives ou illicites**

- **Une information claire et loyale sur les produits et les services**

Règles d'étiquetage (prix, composition, dénomination)
Signes de qualité

- **La loyauté de certaines pratiques commerciales vis-à-vis des consommateurs**

Commerce électronique, immobilier et logement, services médico-sociaux, banques et assurances, transports et tourisme, allégations dans le domaine environnemental, métrologie

- **Un rôle de veille sur les prix**

Mise en ligne mensuelle des résultats de l'Observatoire des prix et des marges

7

LA SÉCURITÉ DU CONSOMMATEUR



OBJECTIF



**Préserver
la sécurité physique et la santé
des consommateurs**

■ La prévention et l'évaluation des risques

Information des consommateurs

Recours à des organismes d'expertise

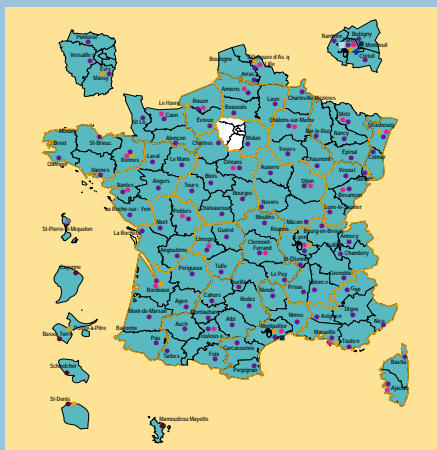
Signalement des produits dangereux

■ Les contrôles et inspections

Contrôle de la première mise sur le marché

Actions renforcées dans les domaines à risque : sécurité des produits alimentaires et non alimentaires grand public (jouets...)

L'organisation et les moyens



- **L'organisation**

- **Les moyens**

- **Les ressources**

- ▶ 3 319 agents

L'ORGANISATION

L'administration centrale et les services territoriaux

- Une **administration centrale** à Paris
- Au sein du **pôle C des 22 DIRECCTE (directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi)**,
les missions du pôle C : concurrence, consommation, répression des fraudes et métrologie
- En lien avec **96 directions départementales interministérielles** réparties en :
 - ✓ **DDPP**, directions départementales de la protection des populations (départements de plus de 400 000 habitants)
 - ✓ **DDCSPP**, directions départementales de la cohésion sociale et de la protection des populations (départements de moins de 400 000 habitants)
 - ✓ + une DCSTEP, direction de la cohésion sociale, du travail, de l'emploi et de la population, à Saint-Pierre-et-Miquelon
- Outre mer, au sein des **5 DIECCTE (directions des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi)**,
un pôle C chargé des missions de concurrence, consommation et métrologie

L'ORGANISATION

Les services à compétence nationale et les réseaux

- Un **Service Commun des Laboratoires (SCL) avec la DGDDI** à Marseille, Bordeaux, Montpellier, Rennes, Lille, Strasbourg, Lyon, Île-de-France, Le Havre, Antilles, La-Réunion,
- Un **Service National des Enquêtes (SNE)** intégrant un Centre de Surveillance du Commerce Electronique implanté à Morlaix
- Une **Ecole Nationale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (ENCCRF)** à Montpellier avec une implantation à Montreuil
- Un **service informatique** : 3 centres implantés à Paris, Lyon et Montpellier

- Des **réseaux institutionnels** : fruits et légumes, vins, coopération transfrontalière...
- Des **réseaux sectoriels de contrôle** : jouets, produits de la mer, matières fertilisantes et supports de culture, compléments alimentaires, alimentation animale...

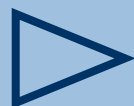
LES MOYENS

■ Les 3 orientations nationales de la DNO (directive nationale d'orientation) pour 2011

- ✓ Répondre aux obligations ou exigences communautaires de la France en matière de surveillance des marchés
- ✓ Contribuer à assurer la pleine efficacité des dispositions de la LME sur le marché et dans les relations commerciales
- ✓ Veiller à la loyauté des pratiques et la conformité des produits au bénéfice du consommateur et d'un fonctionnement loyal des marchés

■ La programmation d'activité

- ✓ Des enquêtes nationales
- ✓ Des enquêtes régionales
- ✓ Des enquêtes ponctuelles



objectifs annuels ciblés dans la
Directive Nationale d'Orientation (DNO)

La DGCCRF et son environnement



■ Les partenaires



■ La présence à l'international



■ Les relations avec le public

LES PARTENAIRES



- ✓ L'Autorité de la concurrence (ADLC)
- ✓ L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)
- ✓ L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES)¹
- ✓ L'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS)
- ✓ Les associations de consommateurs
- ✓ L'Institut national de la consommation (INC)
- ✓ La Commission de la sécurité des consommateurs (CSC)²
- ✓ La Commission des clauses abusives (CCA)²
- ✓ La Commission de la médiation de la consommation (CMC)²
- ✓ Le Conseil national de la consommation (CNC)
- ✓ Les fédérations professionnelles
- ✓ Les administrations (douanes, direction générale de l'alimentation, direction générale de la prévention des risques, gendarmerie...)
- ✓ Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)
- ✓ Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC)

1. *Nouvel établissement résultat de la fusion de l'AFSSA et l'AFSSET intervenue le 1^{er} juillet 2010.*

2. *Commissions placées auprès de l'INC (art. L. 534.1 et suivants du Code de la consommation introduits par la loi n° 2010.737 du 1^{er} juillet 2010).*

LA PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

Au niveau communautaire

- ✓ **Négociations communautaires** ⇒ directives, règlements
- ✓ **Point de contact des réseaux d'alerte européen (RAPEX, RASFF)**
- ✓ **Réseaux des autorités européennes de concurrence (ECN, réseau européen de la concurrence)**
- ✓ **Comité de coopération administrative des autorités de contrôle pour la protection des consommateurs**

Au niveau international

- ✓ **Présence dans de nombreuses instances**
 - Réseau international des autorités de concurrence (ICN)
 - Codex alimentarius
 - Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs (RICPC), OCDE, OMC...
- ✓ **Coopération technique internationale**
 - Accords avec la Russie, l'Ukraine, les pays du Maghreb, la Chine...

LES RELATIONS AVEC LE PUBLIC

■ Le site internet de la DGCCRF

Les *Fiches pratiques de la consommation* et les *Formulaires*

www.dgccrf.bercy.gouv.fr

■ Le centre d'appels *Info Service Consommation*

☎ **3939 « Allô Service Public »** (prix appel local)

■ L'accueil des consommateurs dans les DD(CS)PP

dans le cadre des permanences

2010

Quelques chiffres-clés

- Nombre d'établissements visités : **159 906**

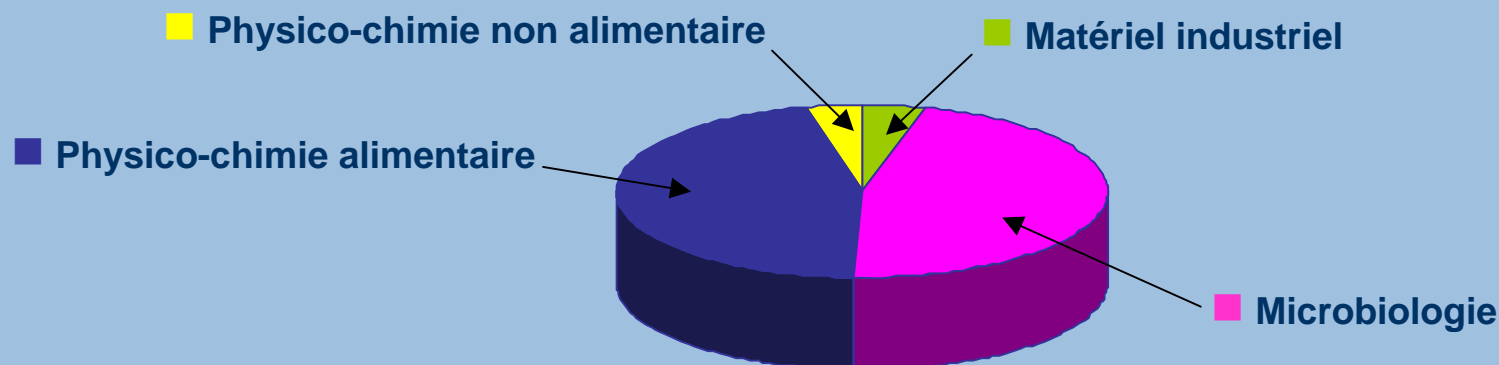
- Nombre d'actions de contrôle : **869 529**

- Actions spécifiques en matière de concurrence
 - Ententes et abus de position dominante
 - 88** propositions d'enquêtes transmises à l'ADLC
 - 61** rapports traités par la DGCCRF

2010

Quelques chiffres-clés

- **Nombre de produits analysés en laboratoire..... 37 069**
(prélèvements origine DGCCRF)



- **Baromètre des réclamations : 92 253 réclamations**
contre 110 701 en 2009 et 139 148 en 2008

■ L'accueil du public

- Consultations téléphoniques.....**80 850**
- Courriers.....**44 800**
- Courriers électroniques.....**33 400**
- Visites.....**9 400**
- Visites sur le site internet de la DGCCRF... ..**2 200 000**



dgccrf

**Direction générale de la Concurrence,
de la Consommation et de la Répression des Fraudes**


MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE