

## Communiqué de presse

Encore une fois, la DGCCRF est mise sur le devant de la scène. Cette fois-ci, c'est dans l'affaire Intermarché-Nutella que son « armée » d'agents est intervenue.

Alors que le Ministère se glorifie d'avoir envoyé au tribunal un procès verbal pour revente à perte et que l'entreprise mise en cause risque 375.000 euros d'amende maximum, cette dernière doit secrètement se réjouir de toute la publicité faite autour de cet événement.

En effet, il n'est pas trop difficile d'imaginer ce que cette campagne publicitaire lui a permis d'engranger comme gains pendant l'opération, avec une publicité totalement gratuite relayée par tous les médias et des consommateurs captifs qui ont profité de cette promotion pour faire leurs achats et après la promotion, avec cette campagne gouvernementale autour de l'amende encourue par l'entreprise.

L'image d'Intermarché n'a pas été ternie par cette opération, bien au contraire, puisqu'elle a permis, pendant cette campagne, aux consommateurs d'augmenter leur pouvoir d'achat.

Alors qu'une charte de modération des promotions venait d'être rédigée entre le gouvernement et les acteurs de la grande distribution, dont Intermarché, ce dernier a fait fi de cet accord en mettant en place concomitamment ces promotions agressives et totalement interdites.

A quoi servent tous ces accords et ces chartes s'ils ne sont pas respectés !! Il faut arrêter de faire une confiance aveugle aux entreprises ; certaines sont vertueuses, mais d'autres le sont beaucoup moins.

L'assemblée nationale vient d'adopter la loi ESSOC « pour un État au Service d'une Société de Confiance » censée redonner confiance en introduisant notamment un « droit à l'erreur » qui permettra, sous réserve d'être « de bonne foi », d'éviter des sanctions de l'administration au premier manquement des entreprises.

Comment faire confiance aux entreprises alors que Lactalis a mis sur le marché du lait pour nourrissons non conforme, alors que des fruits et légumes mis sur le marché français contiennent des pesticides, alors qu'Intermarché revend des produits à perte, pratique totalement interdite.

Depuis bientôt un mois, à travers tous ces cas, la DGCCRF est citée, on ne parle plus que d'elle, elle est sous le feu de l'actualité.

N'allez pas croire qu'une armée d'agents veille sur tout ce qui s'achète et tout ce qui se vend en France. La DGCCRF est une micro administration complètement déstructurée avec seulement 2844 agents dont environ 1900 enquêteurs et qui voit son effectif baisser année après année, 2018 ne faisant que confirmer cette baisse avec 45 agents de moins.

**Contact : Emmanuel Paillusson 06 66 28 91 92 ou 01 43 56 13 30**