

Les injonctions de la DGCCRF peuvent être rendues publiques !



© 2023 Les Echos Publishing

Lorsqu'une entreprise s'adonne à des pratiques anti-concurrentielles (par exemple, pratique de prix de vente abusivement bas), ne respecte pas certaines règles relatives à la transparence des relations commerciales (en matière de délais de paiement, de pénalités de retard, de revente à perte...), commet des pratiques commerciales abusives (comme la création d'un déséquilibre significatif entre les parties ou l'obtention d'un avantage disproportionné) ou encore enfreint les dispositions du Code de la consommation, la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) peut l'enjoindre de mettre fin à la pratique considérée ou de se conformer à la réglementation applicable.

À noter : dans certains cas, l'injonction peut être assortie d'une astreinte journalière.

Pour renforcer leur caractère dissuasif, les injonctions de la DGCCRF peuvent désormais faire l'objet d'une publicité selon des modalités qui viennent d'être précisées par décret.

Ainsi, cette publicité peut être effectuée sur différents supports (presse, Journal officiel, réseaux sociaux, affichage en magasin...) et ce de manière cumulative. La diffusion ou

l'affichage peut prendre la forme d'un communiqué informant le public des motifs ayant conduit à la mesure d'injonction. Elle peut être accompagnée d'un message de sensibilisation du public sur les pratiques relevées par la DGCCRF. S'il s'agit d'un affichage, il s'effectue dans les lieux et pour la durée indiqués par la mesure d'injonction, cette durée ne pouvant excéder 2 mois.

À noter : la DGCCRF avait déjà la faculté de publier le nom des entreprises condamnées à des sanctions administratives pour manquement à certaines règles du Code de commerce ou du Code de la consommation.

[Décret n° 2022-1701 du 29 décembre 2022, JO du 30](#)

© 2022 Les Echos Publishing