

**POUVOIRS D'ENQUÊTE DES AGENTS DE LA DGCCRF POUR LA RECHERCHE ET LA
CONSTATATION DU DÉLIT DE PUBLICITÉ TROMPEUSE OU DE NATURE À INDUIRE EN ERREUR ET
DU DÉLIT DE TROMPERIE ET SANCTIONS**

I – Publicité trompeuse

Aux termes de l'article L 121-1 du code de la consommation :

«Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou de services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.»

les éléments constitutifs de l'infraction

Les éléments matériels du délit sont d'une part, l'existence d'une publicité et d'autre part, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, portant sur un ou plusieurs éléments figurant dans la liste légale.

Il s'agit d'un délit instantané ; il en résulte qu'une fois la publicité diffusée, la diffusion d'informations rétablissant la réalité est sans effet sur l'existence de l'infraction. De même, le délit est constitué dès lors que la publicité est faite, reçue ou perçue en France.

L'élément moral de l'infraction est constitué par la négligence ou l'imprudence de l'auteur

les pouvoirs d'enquête

En préambule, il y a lieu de rappeler que s'agissant de la publicité mensongère, les agents de la DGCCRF ne disposent, à ce jour, d'aucune habilitation législative pour la mise en oeuvre de suites civiles ou administratives. **Leurs pouvoirs ne s'inscrivent donc que dans le cadre d'une procédure pénale.**

L'article L 121-2 du code de la consommation fixe la procédure de constatation des infractions.

Sont ainsi habilités à constater le délit de publicité trompeuse, les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ceux de la direction générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture et ceux du service de métrologie du ministère de l'industrie.

Ces agents, qui bénéficient d'une compétence territoriale nationale, peuvent exiger de l'annonceur la mise à leur disposition de tous les éléments propres à justifier les allégations, indications ou présentations publicitaires. Ils peuvent aussi exiger de l'annonceur, de l'agence de publicité ou du responsable du support la mise à leur disposition des messages publicitaires diffusés. En application de l'article L 121-7 alinéa 2, le refus de communication de ces pièces est lui-même constitutif d'un délit puni des peines prévues en matière de publicité trompeuse (par combinaison des articles L 121-6 et L 213-1).

Les procès-verbaux constatant des faits de publicité trompeuse sont transmis au Procureur de la République et n'ont à être signés que par leur seul rédacteur conformément au droit commun.

les personnes punissables

En application de l'article L 121-5 du code de la consommation, l'annonceur pour le compte duquel la publicité est diffusée est responsable à titre principal de l'infraction commise.

Il faut entendre par annonceur celui qui donne l'ordre de diffuser une annonce. Il peut s'agir aussi d'un simple particulier.

L'article L. 120-5 précise, par ailleurs, que si le contrevenant est une personne morale, la responsabilité incombe à ses dirigeants. Cette disposition ne fait cependant pas obstacle à ce que soient déclarés coauteurs ceux qui, avec les dirigeants, ont accompli, en connaissance de cause, les actes matériels constitutifs de l'infraction.

Néanmoins, depuis 2001, les personnes morales sont également responsables pénalement.

Il peut être retenu, également, parmi les dirigeants, la culpabilité de celui qui est plus spécialement chargé du contrôle de la publicité.

Les dirigeants peuvent toutefois s'exonérer de leur responsabilité en faisant état d'une délégation de pouvoirs à un préposé pourvu de la compétence, de l'autorité et des moyens nécessaires.

Cependant, la délégation de pouvoir doit porter sur l'organisation et le contrôle de la campagne publicitaire. La délégation de pouvoir qui doit être rédigée de manière précise et exempte d'ambiguïté, est également appréciée en fonction de l'ampleur de la campagne publicitaire.

La complicité est punissable dans les conditions du droit commun.

les sanctions

En application de l'article L 121-6 du code de la consommation, les peines prévues en matière de publicité trompeuse sont identiques à celles prévues en matière de tromperie, soit, une **peine d'emprisonnement de deux ans et/ou amende de 37 500 euros**.

Toutefois, le maximum de l'amende peut être porté à 50 % des dépenses de la publicité constituant le délit.

Le tribunal peut demander tant aux parties qu'à l'annonceur la communication de tous documents utiles. En cas de refus, il peut ordonner la saisie de ces documents ou mesure d'instruction appropriée. Il peut en outre prononcer une astreinte pouvant atteindre 4 500 euros par jour de retard à compter de la date qu'il a retenue pour la production de ces documents.

La cessation de la publicité peut être ordonnée par le tribunal ou par le juge d'instruction saisi des poursuites.

En cas de condamnation, le tribunal ordonne la publication du jugement. Il peut, de plus, ordonner la diffusion aux frais du condamné, d'une ou de plusieurs annonces rectificatives. Le jugement fixe les termes de ces annonces et les modalités de leur diffusion et impartit au condamné un délai pour y faire procéder. En cas de carence, ces diligences sont faites par le ministère public aux frais du condamné. En revanche, les juges ne peuvent ordonner l'affichage de la condamnation, car le texte ne le prévoit pas.

L'inobservation des décisions ordonnant la cessation de la publicité ou la diffusion dans le délai impartit des annonces rectificatives est également punie des peines prévues en matière de publicité trompeuse.

II – La tromperie

L'article L-213-1 du code de la consommation réprime les agissements qui visent à « tromper le contractant ». Cet article distingue donc, dans le délit de tromperie, deux éléments constitutifs : un contrat, d'une part, ce contrat devant d'autre part se rapporter à des marchandises. **L'article L. 216-1 étend le délit de tromperie aux prestations de services.**

Bien que cette exigence ne soit pas expressément formulée, il est admis qu'une tromperie suppose une volonté d'induire en erreur. Néanmoins, constitue une tromperie le fait pour un prestataire de promettre à un client une prestation alors qu'il sait ne pas disposer des moyens nécessaires à cet effet.

les pouvoirs d'enquête

Les articles L-215-1 et suivants du code de la consommation confèrent aux agents de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes des moyens d'investigation couvrant l'accès aux locaux, la communication de documents, (...) de consignation et de saisie, ainsi que de prélèvement et d'expertise (utiles s'agissant essentiellement des produits).

Les procès-verbaux dressés en application de ces articles sont transmis au Procureur de la République.

les sanctions

Elles sont prévues à l'article L.213-1 : un emprisonnement de deux ans et/ou une amende de 37 500 euros. Cette peine peut être doublée en cas de circonstance aggravante.

Le tribunal peut ordonner la publicité du jugement.