

à la une

Département : Affaires / Contentieux / Arbitrage

Nous avons déjà consacré notre Une de mars 2005 aux « Class Action », à la suite des vœux émis par le Président de la République en janvier 2005 de voir introduire ce type de procédure en droit français. La « Class Action » est à nouveau sous les feux de l'actualité depuis que le Ministre de l'économie et des finances a présenté son projet de loi « en faveur des consommateurs » le 8 novembre dernier. Ce texte qui pourrait être adopté prochainement par le Parlement précise le régime de la future action de groupe dont il convient d'appréhender les effets tant sur le plan pratique que juridique.

Le thème du mois : L'introduction de la « Class Action » en droit français (2^{ème} partie)

L'action de groupe telle qu'elle est actuellement envisagée par le législateur, est l'action par laquelle une catégorie de justiciables engage la responsabilité d'un même professionnel afin d'obtenir la réparation de leur préjudice individuel.

Unanimement désirée par les associations de consommateurs et redoutée par les entreprises, celle que l'on désigne outre-atlantique comme un « *monstre de Frankenstein* », en raison de ses effets dévastateurs sur l'économie, a été introduite en droit français dans une indifférence presque totale.

L'action de groupe qui sera prochainement introduite en France, n'emprunte que très partiellement les traits de la « *Class Action* » américaine si bien que les entreprises françaises peuvent être rassurées : la révolution du droit de la consommation attendra (I). Toutefois, les effets de l'action de groupe ne doivent pas être sous-estimés en raison des enjeux économiques qui l'entourent (II).

I. Une action de groupe au champ d'application limité

En premier lieu, contrairement à la « *Class Action* » américaine où les avocats ont le pouvoir de représenter une catégorie de justiciables devant les tribunaux, le projet de loi français prévoit que l'action de groupe ne sera ouverte qu'aux 18 associations de consommateurs actuellement agréées au plan national (dont Adeic-Fen, Clcv, Indecosa - CGT, UFC Que Choisir).

En second lieu, seule la réparation des faibles préjudices matériels des consommateurs nés d'un manquement d'un professionnel à ses obligations contractuelles pourra faire l'objet d'une telle action¹.

Enfin, au terme de notre « Une » de mai 2005, nous nous interrogeons sur l'éventuelle extension de l'action de groupe au domaine du droit financier, du droit social ou encore des droits de l'Homme; mais l'actuel projet de loi a finalement limité le domaine de l'action aux seules dispositions du Code de la consommation.

Si le domaine d'application de l'action de groupe semble limité, les effets qui s'y attachent sont néanmoins importants.

II. Une procédure aux enjeux économiques importants

La procédure se divise en deux étapes :

1) Dans une première phase, le juge se prononcera sur la responsabilité du professionnel, sans fixer le montant du préjudice subi par les consommateurs qui ne sont pas parties à l'action. La décision rendue

prévoira les mesures de publicité permettant d'informer les consommateurs concernés.

En l'état du droit antérieur, l'association de consommateurs qui souhaitait regrouper les personnes ayant subi un même préjudice, devait obtenir un mandat express de chacun d'eux ; ce qui était en pratique quasi-impossible à mettre en œuvre.

De ce fait, certains abus pouvaient être commis sans donner lieu à réparation.

Avec la nouvelle action de groupe, le droit français des actions collectives progresse puisqu'en raison des mesures de publicité prévues par le juge, l'accès à la justice devrait être ouvert au plus grand nombre ; par conséquent le montant de l'indemnisation sera beaucoup plus important et dissuadera les professionnels d'user de certaines pratiques illicites.

En outre, il convient d'attirer l'attention sur le fait qu'à partir du moment où des mesures de publicité sont mises en œuvre pour alerter les consommateurs ayant subi un même préjudice, les effets de cette publicité sont souvent dévastateurs pour le professionnel visé en terme d'image.

2) Dans une seconde phase, le professionnel qui s'est vu présenter une demande d'indemnité est tenu de faire une offre au consommateur, accompagnée d'un chèque du montant de cette offre.

Si aucune offre régulière d'indemnité n'a été faite dans le délai imparti ou si l'offre proposée par le professionnel est manifestement insuffisante, le juge qui fixera le montant de l'indemnité pourra condamner le professionnel à des pénalités pouvant s'élever à 50% de l'indemnité fixée.

En conclusion, l'introduction de l'action de groupe en droit français s'inspire de la « *Class Action* » américaine mais son application sera en pratique plus limitée. Seules les très grandes entreprises, les « *Deep Pocket* », seront en priorité visées. En outre, le faible nombre d'associations agréées limitera mécaniquement le nombre de procédures engagées.

Néanmoins, l'ensemble des entreprises françaises, quelque soit leur taille, ne doit pas sous-estimer les effets d'une telle procédure. Si la « *Class Action* » proprement dite n'a pas encore vu le jour, cela tient à des raisons d'incompatibilité avec la procédure civile française et à la déontologie des avocats. Cela ne signifie pas qu'une véritable « *Class Action* » n'existera pas un jour.

Bien au contraire, l'instauration de l'action de groupe française constitue un premier pas vers l'introduction de la « *Class Action* » américaine et présage l'application de nouveaux rapports de force entre les professionnels et les consommateurs.

¹ Il s'agit des litiges d'un montant inférieur à un seuil qui sera fixé par décret et qui devrait être de 2.000 euros.

L'actualité en droit des affaires, contentieux et arbitrage

■ Publicité comparative sur les prix

La publicité comparative est licite dès lors qu'elle satisfait aux conditions de l'article 3 bis §1 de la directive 84/450 du Conseil de l'Union européenne du 10 septembre 1984, à savoir :

- 1) qu'elle n'est pas trompeuse ;
- 2) qu'elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- 3) qu'elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services.

Un distributeur belge avait effectué des campagnes publicitaires dans lesquelles il comparait le niveau général des prix qu'il pratiquait avec ceux de ses concurrents – dont il citait le nom. Saisies de la légalité de cette pratique, les juridictions belges ont demandé à la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE) de se prononcer sur l'interprétation à donner de l'article 3 bis §1 de la directive.

Par un arrêt en date du 19 septembre 2006², la CJCE a donc précisé les termes de la directive, et jugé qu'une publicité comparative pouvait valablement porter sur des assortiments de produits de consommation courante commercialisés par deux chaînes de grands magasins concurrentes, à condition que ces assortiments soient constitués de produits individuels comparables entre eux, et que l'annonceur indique où et comment vérifier l'exactitude de la comparaison.

La Cour indique également les critères que les juridictions nationales devront mettre en oeuvre afin de déterminer si une publicité comparative vantant le niveau général des prix plus bas de l'annonceur par rapport à ses principaux concurrents revêt, ou non, un caractère trompeur. Ainsi, le fait de ne pas faire apparaître que la comparaison a porté sur un échantillon et non sur l'ensemble des produits de l'annonceur constituera, par exemple, une telle publicité trompeuse.

■ Action directe du transporteur contre le destinataire

L'article L132-8 du Code de commerce dispose que : « *La lettre de voiture forme un contrat entre l'expéditeur, le voiturier et le destinataire ou entre l'expéditeur, le destinataire, le commissionnaire et le voiturier. Le voiturier a ainsi une action directe en paiement de ses prestations à l'encontre de l'expéditeur et du destinataire, lesquels sont garants du paiement du prix du transport. Toute clause contraire est réputée non écrite.* »

Au terme de deux arrêts en date du 10 janvier et du 26 septembre 2006³, la Chambre commerciale de la Cour de cassation a eu l'occasion de rappeler que l'expéditeur, le transporteur et le destinataire font partie d'une même convention dont l'objet est la même opération de transport.

Dans ce contexte, la Haute juridiction a jugé que le prix dont le destinataire est garant est celui convenu entre le transporteur et l'expéditeur.

Ainsi, les juges de cassation considèrent que le destinataire est partie au contrat conclu entre l'expéditeur (ou le commissionnaire) et le transporteur, alors même que le destinataire n'aurait pas connaissance du prix du transport.

Cependant, il convient de souligner que ces arrêts obligent le transporteur qui souhaite se faire payer de ses prestations par le destinataire à rapporter la preuve du prix convenu entre lui et l'expéditeur, ou entre lui et le commissionnaire.

² CJCE 19 septembre 2006 aff.356/04. Lidl Belgium GmbH & Co KG c/ Etablissements Franz Colruyt NV.

³ Cass. Com. 10 janvier 2006 n° 36 FS-PBR Sté Transports Nicolas Veray c/ Sté Paquette ; Cass. Com 26 septembre 2006 n° 1060 FS-PBR Sté Transports Nicolas Veray c/ GFA des Feraud et du Centre.

■ Renouvellement du bail commercial

Un bailleur avait donné à bail des locaux à une société puis avait délivré un congé avec offre de renouvellement à son locataire.

A défaut d'accord sur le montant du nouveau loyer, les parties ont saisi le juge des loyers commerciaux qui a désigné un expert pour déterminer le montant du nouveau loyer.

A la suite du rapport de l'expert, les parties ont mis fin à la procédure mais le preneur a refusé de signer la nouvelle convention de bail, suite à un désaccord sur la désignation des locaux.

Le bailleur lui a donc délivré un commandement de payer une somme correspondant à l'arriéré de loyer.

Le litige portait sur le point de savoir quel loyer était applicable : loyer du bail initial ou loyer révisé à l'issue de la période triennale.

La Cour de cassation⁴, au visa de l'article L. 145-8 du Code de commerce, a jugé qu'« *à défaut de convention contraire, le renouvellement du bail commercial s'opère aux clauses et conditions du bail venu à expiration, sauf pouvoir reconnu au juge en matière de fixation de prix* ».

Il résulte donc de cet arrêt que le juge confirme son pouvoir de fixation des loyers commerciaux mais considère surtout qu'à défaut de nouvelle convention, les nouveaux rapports contractuels entre le preneur et le bailleur se poursuivent selon les termes définis par l'ancien bail.

■ Responsabilité délictuelle et manquement contractuel

En vertu du principe de l'effet relatif des contrats, les tiers au contrat ne peuvent, sauf exceptions, se prévaloir du contrat auquel elles ne sont pas parties. La jurisprudence était divergente sur les conditions dans lesquelles les tiers pouvaient mettre en jeu la responsabilité d'une des parties défaillante au contrat

Les désaccords entre les tribunaux résidaient principalement dans la nature du manquement susceptible de faire naître la responsabilité délictuelle d'une partie : doit-il s'agir d'un simple manquement contractuel, ou d'une faute détachable du contrat affectant directement les tiers ?

L'Assemblée plénière de la Cour de cassation, dans son arrêt du 6 octobre dernier⁵, est venue mettre un terme à cette controverse en adoptant une solution extrêmement libérale : tout manquement contractuel, quel qu'il soit, peut engager la responsabilité délictuelle du débiteur de l'obligation vis-à-vis du tiers auquel il a causé un dommage.

En conclusion, cet arrêt renforce substantiellement les droits des tiers à un contrat, en ce qu'il leur permet d'invoquer une inexécution ou une mauvaise exécution d'un contrat, aussi légère soit-elle, à condition bien sûr d'avoir subi un dommage du fait de cette inexécution.

P.D.G.B Société d'Avocats

174, avenue Victor Hugo - 75116 Paris

www.pdgb.com

G. BACHASSON – X. HUGON – F. DEREUX

A. BEM - B. JARDEL - P. JULIEN

A. COLNEL - L.GIMENO

⁴ Cass. Civ. III, 17 mai 2006, n° 04-18330, P+B.

⁵ Cass. Ass. Plén. 6 octobre 2006.