

NOVEMBRE 2014

FLASH CONCURRENCE N° 8

Spécial décret et circulaire action de groupe - loi Hamon

Par Jean-Christophe Grall et Thibault Bussonnière

Quel succès ! Déjà quatre actions de groupe ont été engagées par les associations de consommateurs depuis le 1^{er} octobre dernier, date d'entrée en vigueur de ce nouveau dispositif fixée par le décret n° 2014-1081 du 24 septembre 2014 relatif à l'action de groupe en matière de consommation. Outre la fixation de ce « top départ », ce texte précise les éléments de procédure dérogatoires au droit commun de la procédure civile ainsi que les modalités d'information des consommateurs et les effets de leur adhésion au groupe, aussi bien pour l'action de groupe ordinaire que pour l'action de groupe simplifiée. Une circulaire du 26 septembre 2014 du Ministère de la Justice, dont l'objet est de présenter cette nouvelle voie de droit, livre des indications sur la façon dont les juges, véritables chefs d'orchestre de la procédure d'action de groupe, devront se saisir de celle-ci. Ces deux textes apportent ainsi des réponses précieuses à de nombreuses interrogations détaillées dans le présent flash concurrence.

Quel est le tribunal compétent ?

Le décret fixe une règle de compétence territoriale spécifique : seul le tribunal de grande instance du lieu où demeure le défendeur, c'est-à-dire le professionnel, est compétent. Si celui-ci demeure à l'étranger ou s'il n'a ni domicile ni résidence connus, le tribunal de grande instance de Paris est alors compétent (art. R. 423-2 C. conso.).

Existe-t-il des mentions spécifiques devant figurer sur l'assignation ?

Outre les mentions habituelles, l'assignation doit exposer, à peine de nullité, les cas individuels présentés par l'association, qui doit y joindre une copie de son arrêté d'agrément (art. R. 423-3 C. conso.). La circulaire du 26 septembre 2014 précise, à ce titre, que cette description des cas individuels dans l'assignation permettra au juge de vérifier que les conditions de l'action de groupe sont bien remplies, et ce « dès le stade le plus précoce de l'action ».

Quels sont les membres des professions judiciaires réglementées que peut s'adjoindre l'association de consommateurs ?

Seuls les avocats et les huissiers de justice sont susceptibles d'assister l'association, avec l'autorisation du juge, pour procéder à la réception des demandes d'indemnisation des membres du groupe et pour les représenter (art. R. 423-5 C. conso.).

Comment les consommateurs sont-ils informés de la décision reconnaissant la responsabilité du professionnel ?

L'article L. 423-4 du Code de la consommation prévoit que si la responsabilité du professionnel est reconnue, le juge ordonne les « *mesures adaptées pour informer de cette décision les consommateurs susceptibles d'appartenir au groupe* ».

La forme que pourraient revêtir ces mesures d'information n'est toutefois détaillée ni dans la loi ni dans le décret d'application du 24 septembre 2014. Il reviendra donc au juge d'opter pour le mode d'information le plus adapté. Selon la circulaire du Ministère de la Justice, celui-ci devra tenir compte de l'ampleur de l'action et du nombre de consommateurs potentiellement concernés, de la capacité financière du professionnel, du fait que les consommateurs sont connus ou non du professionnel, ou encore de la relation continue ou non du consommateur avec le professionnel. En considération de ces critères d'appréciation, l'information pourra ainsi prendre la forme d'une publication dans la presse locale ou nationale, d'un communiqué sur un site internet ou sur un support audiovisuel, ou d'une information individuelle sur support papier ou électronique.

Sur qui pèse la charge de l'information des consommateurs ?

Le décret indique que les mesures d'information devront être mises en œuvre en priorité par le professionnel. Le délai dans lequel les mesures de publicité doivent être effectuées par le professionnel est fixé par le jugement qui retient la responsabilité du professionnel. À l'expiration du délai fixé par le juge, ces mesures seront mises en œuvre par l'association, aux frais du professionnel (art. R. 423-6 C. conso).

Que doit comporter l'information des consommateurs ?

Le décret du 24 septembre 2014 prévoit les mentions minimales que doit comporter l'information (art. R. 423-13 C. conso). En sus des éventuelles mentions prescrites par le jugement, l'information comprend *a minima* :

- la reproduction du dispositif de la décision ;

- les coordonnées de la personne auprès de laquelle le consommateur manifeste son adhésion au groupe et celles de l'association ;

- la forme, le contenu et le délai de cette adhésion ;

- l'indication que le consommateur doit produire tout document utile au soutien de sa demande ;

- l'indication que l'adhésion vaut mandat aux fins d'indemnisation au profit de l'association requérante auprès de laquelle le consommateur a manifesté son adhésion au groupe, ou qu'il a informée de son adhésion ;

- l'indication qu'à défaut d'adhésion reçue selon les modalités et dans le délai prévus par le jugement, le consommateur défaillant ne sera plus recevable à obtenir une indemnisation dans le cadre de l'action de groupe ;

- l'indication que le consommateur ne pourra plus agir individuellement à l'encontre du professionnel concerné en réparation du préjudice déjà indemnisé dans le cadre de l'action de groupe, mais qu'il pourra toujours agir en indemnisation de ses autres préjudices.

Auprès de qui les consommateurs adhèrent-ils au groupe ?

L'adhésion au groupe s'effectue soit auprès de l'association requérante ou de l'association de son choix s'il y a plusieurs associations, qui reçoit ainsi mandat aux fins d'indemnisation ; soit auprès du professionnel, à charge pour le consommateur d'en informer la ou les associations requérantes (art. R. 423-15 C. conso).

Comment adhérer au groupe ?

L'adhésion au groupe du consommateur s'effectue par tout moyen permettant d'en accuser réception, selon les modalités déterminées par le juge. Elle contient notamment l'identité du consommateur, son domicile, ainsi que, le cas échéant, une adresse électronique à laquelle il accepte de recevoir les informations relatives à la procédure. L'adhésion précise également le montant demandé en réparation du préjudice invoqué (art. R. 423-14 C. conso). Ce chiffrage s'effectue en fonction des termes du jugement sur la responsabilité, le juge fixant les types de

préjudices et parfois les modes de calcul de ces préjudices.

A défaut d'avoir adhéré dans ces conditions et dans le délai fixé par le juge, les consommateurs susceptibles d'appartenir au groupe ne sont plus recevables à demander leur indemnisation dans le cadre de l'action de groupe et ne sont pas représentés par l'association requérante (art. R. 423-16 C. conso).

Quels sont les effets produits par l'adhésion au groupe ?

Par son adhésion au groupe, le consommateur donne mandat automatiquement à l'association. Ce mandat emporte au profit de l'association le pouvoir d'accomplir toutes les démarches, y compris judiciaire. L'association, et elle seule, doit accomplir au nom du groupe, tous actes de procédure et diligences, y compris l'exercice des voies de recours, en vue d'obtenir la réparation du préjudice individuel du consommateur. Toutefois, celui-ci peut révoquer son mandat à tout moment, à condition d'en informer, par tout moyen permettant d'en accuser réception, l'association, qui en avise le professionnel sans délais.

Par la révocation de son mandat, le consommateur sort de l'action de groupe. De même, est réputé renoncer à son adhésion le consommateur qui n'a pas fourni les documents nécessaires avant l'expiration du délai fixé par le juge pour le saisir des demandes d'indemnisation auxquelles le professionnel n'a pas fait droit (art. R. 423-17 C. conso). En somme, le consommateur qui ne met pas l'association en mesure de le défendre en justice quitte l'action de groupe, comme le souligne la circulaire du 26 septembre 2014.

Quid en cas de difficultés s'élevant à l'occasion de la mise en œuvre du jugement statuant sur la responsabilité du professionnel ?

L'article L. 423-12 du Code de la consommation indique que le juge qui a statué sur la responsabilité tranche les difficultés qui s'élèvent à l'occasion de la mise en œuvre du jugement. Le décret précise que ces difficultés sont soumises au juge de la mise en état avant l'expiration du délai fixé pour l'indemnisation des consommateurs. La saisine du juge de la mise en état suspend ce délai jusqu'à ce qu'il rende sa décision. Son ordonnance n'est pas susceptible d'appel (art R. 423-19 C. conso).

Quid dans l'hypothèse où le professionnel n'a pas fait droit à certaines demandes d'indemnisation ?

Pour prévenir d'éventuelles demandes d'indemnisation non satisfaites, le jugement sur la responsabilité du professionnel indique également la date de l'audience finale à laquelle elles seront examinées, le cas échéant (art. R. 423-7 C. conso). Ainsi, dès le premier jugement, il est envoyé à une audience finale pour mettre un terme à l'instance. C'est pourquoi la Circulaire du Ministère de la Justice indique que l'action de groupe « *est conçue comme une instance unique engagée devant le tribunal de grande instance depuis l'assignation jusqu'à l'indemnisation finale des consommateurs* ».

Si le juge n'a été saisi d'aucune demande d'indemnisation dans ce délai, il constate l'extinction de l'instance (art. R. 423-20 C. conso). Dans le cas contraire, si le juge condamne le professionnel, l'association peut obtenir l'exécution forcée de sa décision (art. R. 423-21 C. conso). Dans tous les actes relatifs à la liquidation judiciaire des préjudices et à l'exécution forcée du jugement, l'association doit indiquer, à peine de nullité, l'identité des consommateurs pour le compte de qui elle agit (art. R. 423-22 C. conso).

Quelles sont les spécificités procédurales de l'action de groupe simplifiée par rapport à l'action de groupe ordinaire ?

Pour mémoire, l'action de groupe simplifiée peut être engagée lorsque l'identité et le nombre des consommateurs lésés sont connus et que le montant du préjudice subi est identique pour tous.

Cette procédure accélérée est en majorité identique à celle de l'action de groupe ordinaire, à quelques exceptions près.

Tout d'abord, concernant la définition du groupe, des critères d'identification doivent figurer sur le jugement statuant sur la responsabilité du professionnel (art. R. 423-8 C. conso). Par exemple, les consommateurs apparaissant sur une liste.

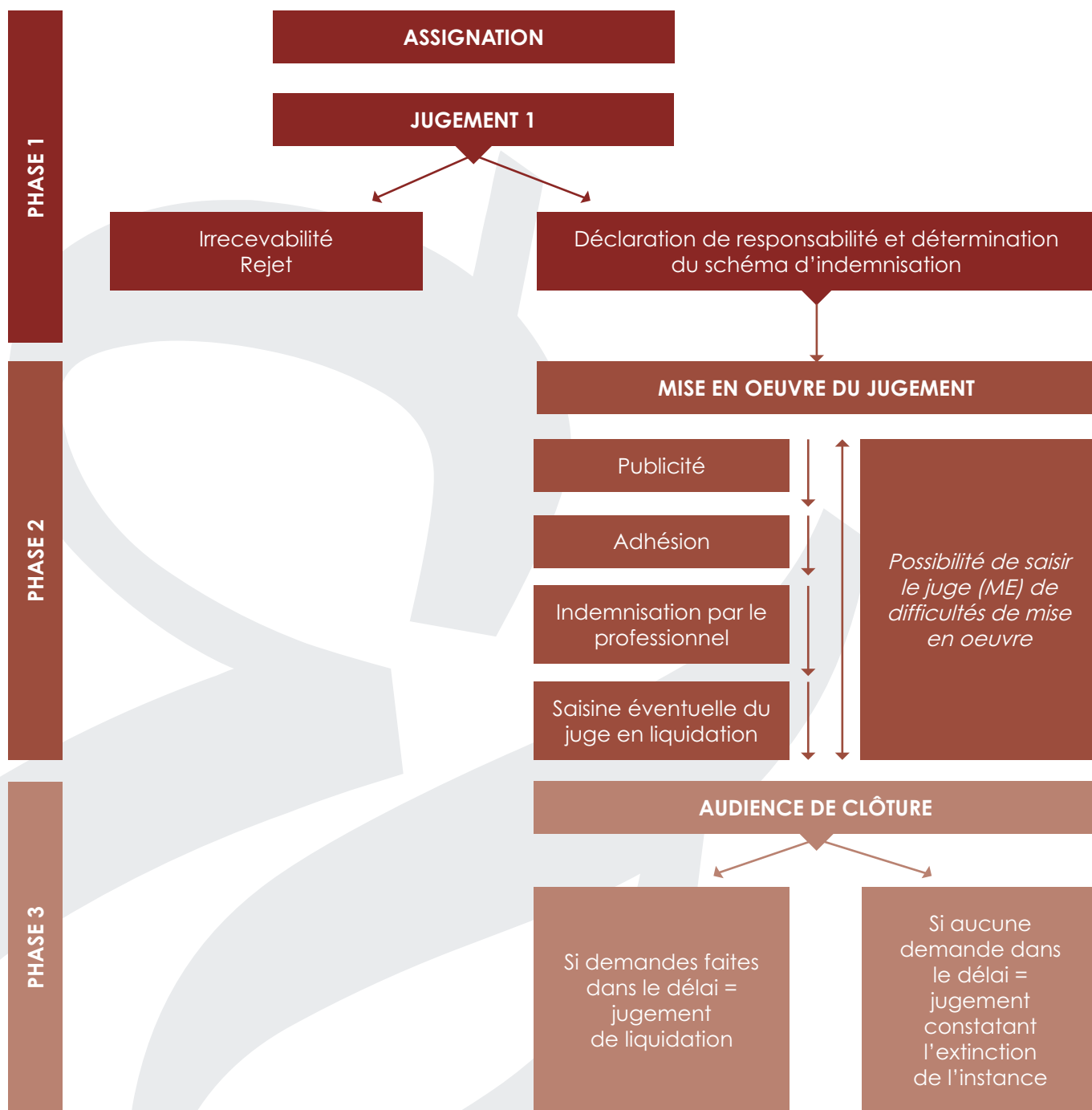
Ensuite, s'agissant des mesures d'information, la loi impose qu'elles soient individuelles. La circulaire du 24 septembre en fournit quelques exemples : courrier postal, courrier électronique

ou tout autre moyen permettant d'attester de l'information réelle du consommateur. Le juge précise, bien entendu, le délai pour leur mise en œuvre.

Enfin, l'acceptation par les consommateurs de l'indemnisation est encadrée : le consommateur adresse son acceptation par tout moyen permettant d'en accuser réception, directement auprès du professionnel (art. R. 423-9, 2° C. conso), selon le délai et les modalités déterminées par le juge (art. R. 423-8 et R. 423-11 C. conso). Son acceptation contient ses nom, prénoms, domicile,

ainsi que, le cas échéant, une adresse électronique à laquelle les informations peuvent lui être envoyées. Elle mentionne expressément le montant de l'indemnisation acceptée (art. R. 423-10 C. conso).

Ci-dessous le schéma de la procédure de l'action de groupe extrait de la Circulaire du 26 septembre 2014 de présentation des dispositions de la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation et du décret n°2014-1081 du 24 septembre 2014 relatif à l'action de groupe en matière de consommation :



Programme des interventions et des formations 2014/2015 :

[un catalogue fédérant l'ensemble des propositions d'intervention/formation est disponible sur notre site www.grall-legal.fr]

Toute l'année, Grall & Associés dispense des formations au sein de votre entreprise ou dans ses bureaux. Les thèmes abordés en 2014/2015 seront notamment :

- **La négociation commerciale 2015 et les évolutions liées à la loi Hamon sur la consommation :**

Les futures négociations commerciales interviendront dans un cadre évolutif fortement marqué par la volonté du gouvernement de faire appliquer strictement la LME et ce, dans toutes ses dispositions, outre toutes les nouvelles dispositions issues de la loi sur la consommation du 17 mars 2014 (« loi Hamon ») qui vont dans le sens de la fermeté et dont certaines s'appliquent immédiatement :

- Des conditions générales de vente dont le rôle est renforcé ;
- Un plan d'affaires annuel qui devra prévoir les contreparties aux avantages financiers accordés par le fournisseur ;
- Des avantages financiers dont l'assiette de calcul ne pourra pas rétroagir à une date antérieure à celle de l'application du nouveau tarif du fournisseur ;
- Les nouveaux instruments promotionnels (« NIP ») qui sont désormais contractualisés ;
- L'instauration de la règle de la concomitance entre la date de prise d'effet du tarif et celle des avantages financiers consentis au distributeur ;
- L'interdiction des demandes d'alignement et des compensations de marge ;
- L'impossibilité de modifier son tarif en cours d'année par l'industriel, sauf accord ou clause autorisée de renégociation ;
- Un mécanisme de facturation périodique mensuelle institutionnalisé ;
- L'instauration de sanctions administratives et d'un pouvoir de sanction donné aux services de la DGCCRF, sans oublier désormais un pouvoir d'injonction.

- **La mise en place de Programme de « compliance » pour se conformer aux règles de concurrence et vérifier la légalité des pratiques des entreprises au droit de la concurrence et de la distribution ;**

- **Le contrôle des concentrations :**

- Contrôle européen des concentrations : [règlement n° 139/ 2004 du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises] ;

- Contrôle français des concentrations dans le cadre des pouvoirs conférés à l'**Autorité de la concurrence [détermination des seuils, définition du marché pertinent, procédure de notification / Lignes directrices de l'ADLC de décembre 2009] ;**

- **La rupture fautive des relations commerciales établies [rupture brutale et rupture abusive] : risques liés à la rupture et conséquences financières ;**

- **L'audit juridique des accords de distribution dans le cadre du Règlement 330/2010 du 20 avril 2010 et de ses lignes directrices du 19 mai 2010 :** incidences sur les contrats de distribution au regard des articles 101 et 102 du TFUE et des articles L.420-1 et L.420-2 du Code de commerce sanctionnant les ententes et les abus de domination – Définition des marchés pertinents à prendre en considération désormais – marché de l'approvisionnement ; Dual pricing ; Prix imposés ; vente sur internet ; distribution sélective / exclusive, etc. ;

- **La définition des pratiques anticoncurrentielles aux termes des dispositions des articles L.420-1 et L.420-2 du Code de commerce, et 101 et 102 du TFUE [ententes et abus de domination / pratiques concertées / standard de preuves requis par les autorités de concurrence] ;**

- **Les enquêtes de concurrence françaises et européennes [droits et obligations des personnes enquêtées et des enquêteurs] et ce, dans le cadre des pouvoirs conférés à l'Autorité de la concurrence par la LME du 4 août 2008 et l'ordonnance du 13 novembre 2008 + loi du 12 mai 2009, et à la Commission européenne ;**

- **Les échanges d'informations et de statistiques entre entreprises et/ou au sein de fédérations professionnelles [droit français et européen de la concurrence] ;**

- **L'application des règles de concurrence aux marchés publics ; appels d'offres : que peut-on faire, quelles sont les pratiques interdites / les offres de couverture / les offres dites « cartes de visites » / la sous-traitance et les groupements / etc. ;**

- **Les promotions des ventes [pratiques commerciales déloyales / trompeuses dans le cadre de la loi Hamon sur la consommation du 17 mars 2014, la loi de simplification du droit du 17 mai 2011, la loi Chatel du 3 janvier 2008 et de la LME du 4 août 2008 et de la jurisprudence européenne de 2009 à 2014 : jeux – concours – loteries, ventes avec primes, ventes par lots / liées / subor-**

données, offres de réductions de prix aux consommateurs, cartes de fidélité, publicité comparative, etc.].

- **Les responsabilités et obligations des producteurs et fournisseurs :** responsabilité contractuelle, responsabilité pénale, responsabilité du fait des produits défectueux, obligation générale de sécurité, garantie légale des vices cachés, garantie légale de conformité, garantie commerciale et contractuelle, clauses limitatives de responsabilité.

* * *

- **Proposition d'audit de structures tarifaires : Tarifs / Réductions de prix / CGV / CCV / CPV / services de coopération commerciale et autres obligations SRP / prix de vente conseillés et limites / NIP ;**

- **Proposition de rédaction de plan d'affaires annuel, comprenant la rédaction d'un contrat cadre et d'un modèle de contrat d'application ou celle d'un contrat unique reprenant l'ensemble de la négociation commerciale : CGV / CCV / CPV et les autres obligations définies par l'article L.441-7-I-3° du Code de commerce + les services de coopération commerciale, avec différentes options rédactionnelles en termes de définition de services et de modalités de rémunération + Contrat de mandat (NIP) ;**

- **Proposition d'accompagnement juridique de la négociation commerciale annuelle ;**

- **Proposition de mise en place de programmes de compliance orientés sur les pratiques antitrust et d'accompagnement lors du déploiement de tels programmes dans l'entreprise.**

- **Proposition d'intervention sur la communication des prix dans la relation verticale fournisseurs / distributeurs ; que dire, qu'écrire ; quelles limites ? « Do and don't » !**

Retrouvez les Lettres du Cabinet sur notre site www.grall-legal.fr

Droit de la consommation, publicité / mailing et opérations promotionnelles

à jour des modifications prévues par la loi consommation

26 novembre 2014

Intervenants Jean-Christophe Grall et Martine Béhar-Touchais, Professeur à l'Ecole de droit de la Sorbonne – Université Panthéon Sorbonne – Paris 1

Formule 1 journée Tarif * : 850 € HT

Objectifs principaux

- Appréhender les modifications issues de la loi Hamon du 17 mars 2014 relatives à la consommation
- Maîtriser les aspects juridiques des promotions des ventes dans le cadre de la loi Hamon du 17 mars 2014
- Connaître les règles applicables à chaque type d'opération promotionnelle
- Savoir appréhender l'impact européen sur l'organisation d'opérations promotionnelles
- Identifier les opérations promotionnelles à risques
- Bien connaître la notion de pratique commerciale déloyale dans le cadre de la Directive du 11 mai 2005
- Savoir accompagner les services marketing et attirer leur attention sur les risques encourus
- S'assurer de la pertinence de sa communication au regard du droit de la consommation
- Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer
- Déterminer si son entreprise est en zone de risques ou non
- Connaître les sanctions applicables en la matière et le rôle des Tribunaux

Présentation de la loi Hamon sur la consommation et les modifications apportées à la négociation commerciale

9 décembre 2014

Intervenants Jean-Christophe Grall et Thomas Lamy

Formule 1 journée Tarif * : 1000 € HT

Objectifs principaux

- Maîtriser le champ d'application de la loi Hamon du 17 mars 2014 pour la négociation commerciale
- Comprendre les dispositions du code de commerce sur la formalisation des négociations commerciales amont/aval et le plan d'affaires annuel
- Savoir quels sont les opérateurs concernés aujourd'hui et en 2015
- Quelles sont les modifications apportées par la loi Hamon ?
- Focus sur les nouvelles sanctions

* par participant(e)

63, avenue de Villiers - 75017 Paris - Palais P 40 - T +33 (0)1 53 57 31 70 - F +33 (0)1 47 20 90 40
contact@grall-legal.fr - www.grall-legal.fr
