



CONTRAT & PATRIMOINE

Dans ce numéro

Concurrence

Fonds de commerce et commerçants

#CONCURRENCE

● Recevabilité de l'attestation d'un « client mystère »

Si le recours au client mystère afin de démontrer un acte de concurrence déloyale n'est pas interdit en soi, ce procédé ne doit pas dissimuler un stratagème mettant en doute la neutralité de l'auteur de l'attestation.

Le syndicat Union des opticiens (UDO) a fait appel à des clients mystère invités, contre rémunération et selon un scénario préétabli, à vérifier les modalités de facturation de plusieurs entreprises du secteur. Pour ce faire, ils devaient se rendre dans certains points de vente, munis d'une fausse prescription pour une monture de lunettes de vue. Deux entreprises ont ainsi été « épinglées » à la suite de témoignages de ces faux clients, pour avoir accepté de reporter le prix des montures sur le prix des verres. L'UDO a alors agi contre chacune de ces sociétés en sollicitant la cessation de ces pratiques déloyales et le paiement de dommages-intérêts pour atteinte à l'intérêt collectif de la profession.

Les hauts magistrats ont cependant relevé que « le syndicat a eu recours à un stratagème consistant à faire appel aux services de tiers rémunérés pour une mise en scène de nature à faire douter de la neutralité de leur comportement » à l'égard des sociétés défenderesses. Dès lors, les attestations, devis et factures qui les accompagnaient ont été obtenus de manière déloyale et étaient donc irrecevables.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.



→ Com. 10 nov.
2021, n° 20-14.669 ;
Com. 10 nov.
2021, n° 20-14.670

● Inapplicabilité de règles de procédure juridictionnelles devant l'Autorité de la concurrence

L'Autorité de la concurrence constituant une « simple » autorité administrative indépendante, les règles qui organisent les procédures de récusation ou de renvoi pour cause de suspicion légitime devant les juridictions civiles ne peuvent trouver application devant elle.

Dans l'arrêt *Autorité polynésienne de la concurrence* rendu le 4 juin 2020, la deuxième chambre civile de la Cour de cassation avait décidé que « lorsqu'elle est amenée à prononcer une sanction, l'Autorité polynésienne de la concurrence est une juridiction au sens des articles [6, § 1^{er}, de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et L. 111-8 du code de l'organisation judiciaire] de sorte que, même en l'absence de disposition spécifique, toute personne poursuivie devant elle doit pouvoir demander le renvoi pour cause de suspicion légitime devant la juridiction ayant à connaître des recours de cette autorité ». Dès lors, un tel raisonnement peut-il être tenu s'agissant de la présentation d'une requête en récusation dirigée contre le rapporteur désigné dans le cadre d'une instruction diligentée devant l'Autorité de la concurrence ? Par deux arrêts du 30 septembre 2021, la Cour de cassation répond négativement. À l'instar de l'article L. 461-1 du code de commerce, la haute juridiction retient en effet la qualification d'« autorité administrative indépendante », excluant (plus ou moins explicitement) celle de juridiction ou d'autorité exerçant un pouvoir juridictionnel. Il en résulte que les dispositions organisant la procédure de récusation ou de renvoi pour cause de suspicion légitime devant les juridictions civiles ne sont pas applicables à l'Autorité de la concurrence. En l'espèce, les requêtes en récusation dirigées contre le rapporteur désigné pour instruire l'affaire devant l'Autorité n'étaient donc pas recevables.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.

→ Civ. 2^e, 30 sept.
2021, n° 20-18.302

→ Civ. 2^e, 30 sept.
2021, n° 20-18.672

↳ #FONDS DE COMMERCE ET COMMERÇANTS

◆ Mise en vente du local loué en cas de droit de préférence

L'existence d'un droit de préférence n'interdit pas au bailleur de mettre en vente son bien avant de le proposer en priorité au locataire, à la condition qu'une offre de vente soit transmise à ce dernier avant la conclusion de la vente avec un tiers. La Cour de cassation précise par ailleurs que l'offre de vente peut mentionner les honoraires de l'agent immobilier dès lors que ceux-ci étaient clairement identifiés.

Ces conditions étaient remplies dans cette affaire concernant un bailleur commercial qui avait confié un mandat de vente à une agence immobilière, le 3 mars 2018. Ayant trouvé un acquéreur potentiel, il avait transmis, par lettre recommandée avec accusé de réception du 19 octobre 2018 puis par acte d'huissier du 24 octobre 2018, une offre de vente à son preneur qui mentionnait, en sus du prix principal proposé, des honoraires d'agence. Par une lettre du 29 octobre 2018, le preneur avait contesté la régularité de l'offre de vente. Malgré cette contestation, le bailleur avait consenti le 9 novembre 2018 une promesse unilatérale de vente à un tiers, sous la condition suspensive de non-exercice par le preneur de son droit de préférence. Le preneur n'ayant pas accepté l'offre transmise, le propriétaire l'avait fait assigner aux fins de constatation de la purge du droit de préférence de celui-ci, ce qui devait lui permettre de vendre le bien au tiers bénéficiaire de la promesse unilatérale de vente.

Constatant la régularité de l'offre de vente transmise au preneur, les juges ont donné raison au propriétaire.

Auteur : Éditions Dalloz – Tous droits réservés.

→ Civ. 3^e, 23 sept.
2021, n° 20-17.799



Conditions d'utilisation :

L'ensemble des articles reproduits dans la présente newsletter sont protégés par le droit d'auteur. Les Éditions DALLOZ sont seules et unique propriétaires de ces articles dont le droit de reproduction et de représentation n'est concédé au CNB qu'à titre temporaire et non exclusif, en vue d'une exploitation au sein de Newsletters thématiques. Cette autorisation d'exploitation n'entraîne aucun transfert de droit de quelque sorte que ce soit au bénéfice du destinataire final. Ce dernier est néanmoins autorisé à re-router la lettre, sous réserve de respecter son intégrité (en ce compris la présente notice), vers sa clientèle, liberté lui étant laissée pour faire œuvre de communication dans le corps du mail envoyé, en fonction de la clientèle visée.