

DÉBATS & OPINIONS

La dérive médiatique des class actions

© Doc
Sandrine AgiePartner
Whyte Corporate Affairs

Le «procès Citibank» a lieu dans le bâtiment de l'ancienne brasserie Belle-Vue à Molenbeek, pour pouvoir accueillir les centaines de plaignants, avocats, journalistes et curieux attendus. Avant ce cas-ci, deux «mega-procès» de ce type avaient du se tenir hors des murs d'un palais de Justice. L'un d'eux concernait l'affaire Lernout & Hauspie et on se souvient des semaines de procès dans la grande salle du centre de congrès de Gand, des dizaines

d'avocats présents, des procédures administratives complexes.

On s'est habitué ces dernières années à ces affaires qui font la une des médias, et à voir certains avocats devenir de véritables vedettes médiatiques. Depuis deux ans et les différentes affaires juridico-financières, c'est même devenu un sujet d'actualité permanent.

Pourtant la Belgique n'a pas de système de «class action», ce mécanisme juridique qui facilite les plaintes collectives, tel qu'on le connaît par exemple aux Etats-Unis. Il y a eu ainsi le procès gagné par Erin Brockovich, rendu célèbre par le film dans lequel Julia Roberts incarne la passionaria Brockovich.

LES DÉFAUTS DU SYSTÈME

En Belgique, chaque personne s'estimant lésée doit introduire une plainte individuelle. Elle peut choisir le même avocat que d'autres personnes s'estimant lésées de la même manière et ainsi lier les plaintes. Mais il n'empêche que toute la procédure restera individuelle, que la décision de justice ne s'appliquera qu'aux personnes ayant introduit une action et pas à l'ensemble des personnes dans la

même situation. Quand on a affaire à des centaines ou milliers de plaignants, il s'agit d'un casse-tête administratif, pour toutes les parties.

De plus, une étude a montré que 20% des consommateurs européens n'étaient pas prêts à introduire une action en justice pour un préjudice estimé de moins de 1.000€. Ce qui exclut donc beaucoup d'affaires dans lesquelles chaque consommateur pris indi-

meilleure défense des intérêts des consommateurs. Cela permettrait sans doute d'obtenir une justice plus efficace et moins lourde, et une meilleure lisibilité et transparence des procédures.

La Belgique réfléchit depuis longtemps à cette question et plusieurs propositions de loi ont déjà été déposées pour introduire un mécanisme de class action dans notre arsenal juridique. Jusqu'à

RISQUE DE DÉRIVE MÉDIATIQUE

On peut s'inquiéter des dérives possibles de l'introduction d'un système de «class action» en Belgique. En particulier au niveau médiatique.

L'affaire Fortis a fait l'objet d'une couverture médiatique intense et elle s'est en partie jouée dans les médias, aux dires mêmes d'un de ses protagonistes, Mischaël Modrikamen. Les actionnaires victimes de l'effondrement du groupe bancaire ont été fédérés par des défenseurs des intérêts des actionnaires minoritaires qui ont utilisé les médias pour les mobiliser.

Pendant les mois de procédures, les médias ont également été le principal moyen de communication de ces représentants des actionnaires, prenant le pas sur le dialogue confidentiel entre l'avocat et son client. Il était en effet difficile d'entretenir une relation classique entre avocat et client, quand il y a des centaines de clients. C'était également le moyen de démontrer le bien-fondé de leur action et d'entretenir la confiance de leurs clients. Cet activisme d'avocats aurait encore été impensable il y a quelques années encore, et les règles de

déontologie du Barreau ne l'auraient pas autorisé.

Un cadre juridique clair permettrait de mieux encadrer ce type d'action, mais aurait sans doute un effet pervers en créant un nouveau «marché» juridique. Aux Etats-Unis, des cabinets d'avocats entiers se sont spécialisés dans les procédures de class actions et traquent toute opportunité d'action en scrutant de près les actions des entreprises, leurs prospectus commerciaux, les erreurs médicales...

Le système belge a de nombreux inconvénients, mais son inadaptation aux actions collectives nous protège d'une inflation de procédures car la lourdeur des démarches freine l'activisme juridique. Si un système de class action est introduit, on risquerait d'assister à une course à l'action en justice et à la médiatisation de celles-ci. Certains avocats pourraient être tentés de se créer une notoriété via les médias, en introduisant des actions un peu «légères» mais potentiellement vendeuses en termes médiatiques.

OSER LA COMMUNICATION

Qu'un mécanisme de class action soit introduit ou non, les entre-

prises doivent apprendre à communiquer dans ces cas de «crises judiciaires», car celles-ci risquent dans tous les cas de se multiplier. Les entreprises ont encore trop souvent tendance à s'en remettre entièrement à l'aspect légal de l'affaire, aux avocats, en suivant scrupuleusement les règles que leurs adversaires ne respectent plus toujours.

Il ne faut certainement pas rentrer dans le jeu des effets de manche, mais prévoir un dispositif de communication réactif, factuel et surtout pédagogique. Il en va de la réputation de l'entreprise visée. La matière juridique est souvent complexe, y compris pour le journaliste, et il est important d'aider les médias à décoder ce qui se passe dans les prétoires, en leur fournissant une information juste mais claire et non jargonneuse.

La communication se gagne dans le Palais de Justice, à l'issue des audiences, et les communicants doivent être présents sur place pour répondre aux questions des journalistes, sans laisser le terrain libre aux avocats, en particulier, ceux de la partie adverse. ■

sa@whyte.be

“ On risquerait d'assister à une course à l'action en justice et à la médiatisation de celles-ci.

viduellement subi un dommage n'atteignant pas cette somme, même si le montant total peut être important.

Supporter les frais de justice de façon collective, s'assurer d'un traitement groupé et d'une décision unique s'appliquant à tous serait donc bienvenu pour une

présent, elles ont toutes échoué, mais un projet de loi est désormais en préparation, proposé par les ministres De Clerck et Magnette. Il suscite de nombreux commentaires et est fortement contesté par la FEB, mais pourrait bien aboutir au cours de cette législature.

Coin de l'expert



Véronique Delforge

Avocate - Cabinet Ulys



Thibault Verbiest

Avocat - Cabinet Ulys

© Photos Doc

«Madame de Villepin se recroqueville, l'avocat de son père plaide». Cette courte phrase est celle que des millions d'internautes ont pu consulter sur le «twitter» d'un journaliste français lors du procès Clearstream. L'idée est de relater en temps réels l'ambiance d'un procès au moyen de ces brefs messages de 140 signes maximum.

Ce phénomène illustre le besoin d'immédiateté dont nos sociétés semblent vouloir se nourrir de tous temps, mais plus encore aujourd'hui, grâce aux nouvelles technologies qui leur en donne la capacité.

Cette immédiateté est dès lors ce que recherche le journaliste qui appréhende l'information comme une denrée périssable à consommer dans l'instant. Le temps des esquisses pour incarner au plus proche l'ambiance d'une audience semble donc être appelé à dispa-

raître face à ces médias qui permettent de faire sortir le procès des prétoires en évitant le moindre déplacement. Mais quelle est la légalité de cette justice en direct?

PUBLICITÉ DES DÉBATS

En matière de justice, la publicité des débats et du prononcé des jugements est la règle. A titre d'exception, le huis clos peut toutefois être ordonné, lorsque la publicité est considérée comme dangereuse pour l'ordre ou les mœurs ou sous d'autres considérations telles la protection de la vie privée, de l'identité des mineurs et des victimes de délits de mœurs.

A côté de cette règle fondamentale, il est établi que le président du tribunal a la police de l'audience.

Cela signifie qu'il dirige seul son audience comme bon lui semble, en garantissant le respect des principes

généraux de droit (respect de la vie privée, principe de présomption d'innocence, etc.). L'article 759 du code judiciaire dispose d'ailleurs que le public qui assiste à l'audience doit se tenir «découvert, dans le respect et le silence» et que «tout ce que le juge ordonne pour le maintien de l'ordre est exécuté ponctuellement et à l'instant».

Du prescrit légal, il n'existe donc aucune disposition qui interdise ab initio l'accès des médias aux salles d'audiences. La presse est libre de gérer l'information comme elle le souhaite, sous la seule réserve de ne pas perturber les débats.

Dans la pratique, certains usages se sont toutefois dessinés: les présidents des tribunaux exigent ainsi d'être informés au préalable d'éventuelles prises de vue ou de son. Ils les refuseront généralement au cours des dé-

bats mais semblent admettre l'enregistrement en début et en fin de procès.

Un magistrat de presse est également souvent présent afin de gérer les relations avec la presse. C'est notamment lui, qui lors du procès médiatisé «Lhermitte» à Nivelles, a installé une salle annexe à la salle d'audience afin de

permettre aux journalistes de bénéficier d'une rediffusion en live du procès et par conséquent, de partager l'information dans une certaine instantanéité.

C'est sans doute l'un des premiers exemples de justice «en direct» que la Belgique a connu. Mais une fois encore, tout est question d'appréciation du président du tribunal.

À CHACUN SON RÔLE

Au final, on peut donc constater que les phénomènes tels que «Twitter» sont moins un problème de justice que de canaux d'informations. Le rôle du juge étant de trancher un litige et non d'informer, c'est plutôt à la presse de s'enquérir de l'utilité, la nécessité d'une telle information immédiate, brute et anecdotique à l'inverse d'un compte-rendu journalistique travaillé avec le recul et l'analyse requis.

“ La justice n'est pas un lieu de spectacle destiné à assouvir une soif de voyeurisme malsain.

Quand un public virtuel suit le procès... ou la justice via Twitter

Ceci dit, la réflexion peut être menée à d'autres égards:

► Si le principe de publicité des audiences se justifie dans un seul souci de protéger le justiciable contre une justice secrète et d'assurer un procès équitable, n'est-ce pas le pervertir que de l'étendre au point de faire virtuellement rentrer les gens dans la salle d'audience?

► Dans une recommandation adoptée en 2003, le Conseil de l'Europe avait déjà pris position à l'égard «des reportages en directs et enregistrements dans les salles d'audience» en estimant qu'ils ne devaient pas être possibles sauf autorisation expresse des autorités judiciaires compétentes et qu'en outre, de tels reportages ne devaient être autorisés que s'il n'en résultait «aucun risque sérieux d'influence induite sur les victimes, les témoins et les parties aux procé-

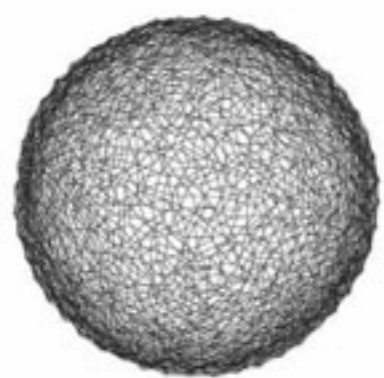
dures pénales». Si ces principes sont fondamentaux, il reste qu'internet ne change ici que par la rapidité des informations délivrées au public.

► Il est enfin des limites qu'il ne faut éthiquement et juridiquement pas franchir tel le cas des programmes sensationnalistes d'outre-Atlantique dépeignant une «justice en direct», où vraies victimes, présumés coupables et juges s'affrontent devant une caméra et un public agité. La justice y est gratuite et donc attirante. Elle est même rémunérée, la peine prononcée étant «juste» déduite de l'émolument que le coupable aura touché pour laisser son conflit se dérouler sur la place publique.

La justice n'est certainement pas ce lieu de spectacle destiné à assouvir une soif de voyeurisme malsain. Attention aux dérives... ■

www.ulys.net

PUBLICITÉ

COP15
COPENHAGEN
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009Spécial Sommet de Copenhague
Les enjeux du climat

Du 7 au 18 décembre, sous l'égide des Nations Unies, se tiendra le Sommet de Copenhague. Objectif : s'accorder sur de nouvelles mesures pour lutter contre le réchauffement climatique. Quels sont les défis du moment? Quelle sera l'attitude de la Chine et des Etats-Unis? Quel sera l'état de la planète en 2050? L'Echo vous livre les clés pour comprendre les enjeux climatiques? Avec des interviews de Nicolas Stern et Joseph Stiglitz.

Un supplément sur le sommet de Copenhague. Ce week-end dans L'Echo.

Soyez de ceux
qui comptent.L'Echo
www.lecho.be