

Synthèse de l'intervention de Maître DU MANOIR DE JUAYE

lors de l'atelier ANVIE :

LE JURISTE, ACTEUR MAJEUR DE LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE ?

27 novembre & 4 décembre 2007

Les stratégies judiciaires en pratique

Thibault DU MANOIR DE JUAYE

Avocat à la Cour, Rédacteur en chef de la revue « Regards sur l'intelligence économique »

La question de l'information joue un rôle clé dans les stratégies judiciaires des entreprises, que ce soit avant, pendant ou après le procès ; c'est en effet un enjeu décisif. Avant le procès, l'élément déterminant est de réunir des preuves. Par la suite, la situation de contentieux peut permettre à une entreprise d'accéder à des informations confidentielles sur son adversaire. Enfin, après le procès, les informations diffusées ont des conséquences sur la réputation de l'entreprise. L'exemple de Buffalo Grill permet d'étudier de façon détaillée la stratégie judiciaire d'une entreprise d'un point de vue pratique.

La gestion de l'information dans le cadre d'une action en justice

Avant le procès

Pour être utilisable, une preuve doit avoir été obtenue de façon légale. Or dans certains cas, par exemple s'il s'agit de contrefaçon pour des données figurant sur un site Internet, la preuve peut être difficile à établir. Ainsi, un procès doit être soigneusement préparé, et les entreprises doivent mettre en place des stratégies pré judiciaires pour se protéger.

Pendant le procès

En vertu du principe de la contradiction dans un procès, un juge ne peut pas étudier un document qui n'a pas été porté à la connaissance de toutes les parties. De fait, l'adversaire d'une entreprise se trouve parfois en position d'accéder à des documents confidentiels, comme par exemple son fichier client.

Il y a quelques années, la copie du disque dur de l'ordinateur d'une entreprise pouvait être obtenue assez facilement ; ainsi, même si la décision judiciaire était ensuite favorable à l'entreprise mise en cause, les torts causés par la diffusion d'informations confidentielles étaient irréversibles. Aujourd'hui, de telles décisions ne peuvent être obtenues que suite à des demandes très ciblées.

S'agissant des PME, le coût d'obtention des informations peut être un réel obstacle, la recherche de fichiers informatiques nécessitant la présence d'un huissier et d'un expert informatique, dont les honoraires s'ajoutent aux frais d'avocats.

Après le procès

Souvent, la décision de justice est diffusée sur Internet, ce qui peut avoir des conséquences néfastes pour l'entreprise concernée.

Par ailleurs, il peut être souhaitable que la décision de justice ait une incidence sur l'organisation de l'entreprise : en effet, le contentieux est parfois révélateur d'un malaise plus profond.

Une stratégie judiciaire en pratique : l'exemple de Buffalo Grill

A la fin de l'année 2002, après des perquisitions dans plusieurs entrepôts et restaurants Buffalo Grill, l'entreprise a été accusée d'homicide involontaire et de tromperie sur la marchandise ; le PDG a été assigné à résidence et le directeur des achats incarcéré.

Dans cette situation, l'avocat de la société devait s'adresser à la fois aux magistrats, aux franchisés, aux salariés, aux banques, aux pouvoirs publics et aux consommateurs, toutes ces parties prenantes ayant évidemment des attentes différentes.

A la fin du mois de décembre, la chaîne avait perdu 40 % de ses clients, son action avait perdu de la valeur et son cours en bourse avait finalement été suspendu.

Au départ, les dirigeants de Buffalo Grill n'avaient pas du tout communiqué sur cette crise. Ils ont réagi à partir de la fin du mois de décembre. L'entreprise a d'abord déposé une plainte pour dénonciation calomnieuse à l'encontre des salariés qui les avaient dénoncés. Elle a ensuite porté plainte pour diffamation contre deux anciens salariés. Parallèlement, elle a demandé la publication du dossier d'instruction, afin d'éviter la propagation de rumeurs. Enfin, la société portait plainte pour atteinte au secret de l'instruction et pour atteinte à la présomption d'innocence à chaque fois qu'une information la mettant en cause paraissait dans la presse.

En définitive, seul le motif de « tromperie sur la marchandise » a été retenu. En somme, même si la communication mise en œuvre par Buffalo Grill n'a pas été optimale – car il n'y avait aucune concertation entre l'agence de communication et l'avocat – la stratégie judiciaire de l'entreprise a abouti à un résultat globalement satisfaisant, notamment grâce à l'utilisation de différentes procédures pour contre-attaquer.