

Une action de rappel vaut-elle reconnaissance de l'existence d'un défaut du produit ?

L'obligation de retrait ou de rappel d'un produit potentiellement défectueux est posée par l'article L. 423-2 (ancien art. L. 221-1-2) du Code de la consommation qui a transposé en droit français la directive 2001/95/CE du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits. En vertu de ce texte, « *le producteur adopte les mesures qui, compte tenu des caractéristiques des produits qu'il fournit, lui permettent... d'engager les actions nécessaires pour maîtriser ces risques, y compris le retrait du marché, la mise en garde adéquate et efficace des consommateurs ainsi que le rappel auprès des consommateurs des produits sur le marché* ». Le non-respect de ces dispositions peut donner lieu à des sanctions pénales.

De plus en plus fréquemment, des actions en justice émanant de clients mécontents ou même d'une association de consommateurs font valoir qu'une action de rappel constituerait une reconnaissance de responsabilité d'un produit.

De telles actions opportunistes sont très pernicieuses. Si elles devaient se généraliser ou être admises, elles pourraient constituer un frein aux actions de rappel alors que celles-ci constituent un outil de prévention extrêmement utile.

I. Les actions de clients mécontents invoquant une action de rappel

1. La jurisprudence reconnaît à juste titre et de façon constante qu'une action de rappel ne constitue pas une reconnaissance de responsabilité d'un défaut.

Il a ainsi été jugé que la mise en œuvre d'une action de rappel par l'importateur et le distributeur d'un sèche-linge ayant pris feu ne constitue nullement une reconnaissance ferme, non équivoque et non assortie de réserves de leur responsabilité au titre du défaut de ce produit dans la survenance du sinistre (Douai, 25 oct. 2018,

LawLex201800001651JBJ). De même, il a été jugé que la découverte par le fabricant, postérieurement à l'accident de la demanderesse, de la défectuosité du joint d'étanchéité et la procédure de rappel qui s'en est suivie, ne peuvent caractériser à elles seules et en l'absence de tout autre élément permettant d'établir l'identité de cause entre les deux dysfonctionnements, le défaut du produit ayant causé le préjudice de l'intéressée (Lyon, 28 juin 2018, LawLex201800000991JBJ).

2. Celui qui l'invoque doit démontrer l'existence d'un vice caché selon les conditions légales.

La charge de la preuve du vice caché appartient à l'acquéreur (Cass. 1^{re} civ., 12 juill. 2007, LawLex201200001441JBJ). Ce vice précis et déterminé doit être imputable au produit, antérieur à la vente et rédhibitoire (Cass. com., 19 mars 2002, Jur. auto, mai 2002, 251). En l'absence de pièce probante mettant en évidence une défectuosité certaine du bien vendu, les conditions de la garantie des vices cachés ne sont pas remplies (Cass. 1^{re} civ., 28 mars 2008, n° 07-14.055 ; Paris, 29 oct. 2010, n° 08/12352).

II. Les actions d'associations

3. L'action de groupe entendant inférer l'existence d'un vice caché du lancement d'une action de rappel apparaît irrecevable et infondée

Depuis que l'action de groupe a été ouverte en France au profit des associations agréées, l'une d'elles a tenté d'obtenir sur le terrain collectif ce qui a toujours été rejeté dans le cadre d'actions individuelles, à savoir pouvoir inférer mécaniquement l'existence d'un défaut du lancement d'une action préventive de rappel. Elle a été déboutée de son action sur le fond par le Tribunal judiciaire de Versailles (TJ Versailles, 4 juin 2020, LawLex202000000502JBJ). Le tribunal a jugé à juste titre que l'action de l'association tendait ex-

clusivement à obtenir réparation des préjudices liés à l'immobilisation de motos, que cette immobilisation résultait de manière directe et certaine de la seule campagne de rappel mise en œuvre à titre préventif par l'importateur français des produits et que, sous couvert d'une action en vice caché, l'action tendait en réalité à obtenir la réparation du préjudice occasionné par la campagne de rappel sans démontrer la moindre faute du professionnel. Au-delà de son absence de fondement, une telle action paraît également difficilement recevable. Par définition, une action de groupe engagée sur la base de l'article L. 811-1 du Code de la consommation doit être fondée sur un manquement d'un professionnel à des obligations légales ou contractuelles à l'occasion de la vente de biens ou de la fourniture de services. Or, par définition, une campagne de rappel consiste en l'exécution impérative d'une obligation légale et non en un manquement et ne peut donc pas relever d'une action de groupe. En outre, elle ne peut concerner qu'une action en responsabilité alors qu'une action en vices cachés ne donne pas lieu à une action en responsabilité mais à une garantie (Cass. com., 19 mars 2013, LawLex201300000706JBJ).