
Cour de cassation, ch. com., 1^{er} mars 2005

Attendu, selon l'arrêt déferé (Versailles, 19 juin 2003) que chargée d'une opération de marketing par la société Pneumatiques Kléber (société Kléber), la société Bozell Terre Lune (société Bozell) aux droits de laquelle se trouve la société Marketing Drive Paris a, dans le cadre de l'opération, vendu à sa cocontractante un lot d'appareils photos jetables destinés à être offerts à chaque acquéreur de pneumatiques Kléber ; que les appareils s'étant révélés défectueux, la société Kléber a assigné la société Bozell en réparation de son préjudice ;

Sur le moyen unique du pourvoi principal :

Attendu que la société Marketing Drive Paris reproche à l'arrêt de l'avoir condamnée à payer à la société Kléber la somme de 77 062,98 euros, alors, selon le moyen, que si elle n'est pas exclusive de l'action en nullité pour dol, l'action en garantie des vices cachés constitue l'unique fondement possible de l'action exercée à raison du défaut rendant la chose vendue impropre à l'usage auquel on la destine ou qui diminue tellement cet usage, que l'acheteur ne l'aurait pas acquise ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il l'avait connu ; que dès lors, en condamnant sur le fondement de la responsabilité contractuelle, après avoir rejeté la demande de restitution du prix de vente fondée sur la garantie des vices cachés formée par la société Kléber, la société Marketing Drive Paris à rembourser à la société Kléber la moitié du prix des appareils photos jetables qu'elle lui avait vendus, à raison des vices cachés dont ces appareils étaient affectés, la cour d'appel a violé les articles 1641 et 1147 du Code civil ;

Mais attendu que l'arrêt relève que la société Bozell, qui n'avait pas vérifié la qualité des produits distribués avec les logos Kléber, avait ainsi commis une faute dans l'exécution de son contrat de promotion publicitaire, qui, permettant la mise sur le marché d'appareils défectueux, avait suscité le mécontentement des clients de son cocontractant, nuisant ainsi à la marque Kléber ; qu'ainsi la cour d'appel a, sans encourir les griefs du moyen, légalement justifié sa décision ; que ce dernier ne peut être accueilli ;

Et sur le moyen unique du pourvoi incident :

Attendu que la société Kléber reproche à l'arrêt d'avoir dit qu'elle devait conserver à sa charge 50 % du montant du préjudice et d'avoir en conséquence limité la condamnation de la

société Marketing Drive Paris prononcée à son profit à la somme de 77 062,98 euros, alors, selon le moyen, que l'agence de communication qui propose à son client une stratégie publicitaire comportant la mise à disposition d'objets promotionnels est tenue à son égard d'une obligation de résultat quant à la conformité et à l'absence de défectuosité desdits objets qu'elle a elle-même commandés ; que viole ainsi les articles 1134 et 1147 du Code civil, la cour d'appel qui, après avoir constaté que la société Marketing Drive Paris avait été défaillante dans l'exécution du contrat de promotion publicitaire conclue avec la société Kléber et admis qu'il en était résulté une atteinte à son image de marque auprès du public, retient néanmoins que cette dernière devait conserver à sa charge la moitié du préjudice qu'elle a subi faute pour elle d'avoir distribué les objets promotionnels sans s'assurer de leur bon fonctionnement ;

Mais attendu, que dès lors que la faute de la victime, qui vient en concours avec l'inexécution par le débiteur d'une obligation de résultat dans la production du dommage peut partiellement exonérer le débiteur, la cour d'appel qui a retenu, par une décision motivée, que la société Kléber avait, par sa faute, contribué à son préjudice, a ainsi légalement justifié sa décision ; que le moyen n'est pas fondé ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE les pourvois tant principal qu'incident ;

Laisse à chaque partie la charge respective de ses dépens.