

ACTOBA

Droit des Médias et des Réseaux de communication

w w w . a c t o b a . c o m

Cour de cassation, ch. com., 30 novembre 2004

Sur le moyen unique :

Attendu, selon le jugement attaqué (tribunal de commerce de Nanterre, 23 novembre 2001), rendu en dernier ressort sur opposition à une ordonnance d'injonction de payer, que la société Carat sponsorship a négocié auprès de la société Régie musique latine l'achat d'espaces publicitaires, selon ordre de publicité ayant donné lieu à une facture qu'elle a refusé d'honorer ; que le tribunal a déclaré l'opposition recevable mais mal fondée, et a condamné cette société au paiement de la somme en litige ;

Attendu que la société Carat sponsorship fait grief au jugement d'avoir ainsi statué, alors, selon le moyen :

1) que l'exécution d'obligations contractuelles souscrites par un mandataire au nom et pour le compte de son mandant incombe exclusivement à ce dernier ; que, selon l'article 20, alinéa 1 de la loi du 29 janvier 1993 relative à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, tout achat d'espace publicitaire ou de prestation ayant pour objet l'édition ou la distribution d'imprimés publicitaires ne peut être réalisé que pour le compte d'un annonceur et dans le cadre d'un contrat écrit de mandat ; qu'il résulte des énonciations du jugement qu'un intermédiaire, la société Carat sponsorship, a procédé à l'achat d'espaces publicitaires auprès d'un support, la société Régie musique latine, pour le compte d'un annonceur, la société Paris Capital.com qui lui en avait donné le mandat ; qu'en condamnant, dès lors, cet intermédiaire à payer le prix de ces espaces publicitaires au support, le tribunal a violé l'article 20, alinéa 1er de la loi du 29 janvier 1993, ensemble les articles 1984 et 1998 du Code civil ;

2) que, selon l'article 20, alinéas 2 et 3 de la loi du 29 janvier 1993, tout rabais ou avantage tarifaire de quelque nature que ce soit, accordé par le vendeur, doit figurer sur la facture délivrée à l'annonceur et ne peut être conservé en tout ou partie par l'intermédiaire qu'en vertu d'une stipulation expresse du contrat de mandat, même si les achats mentionnés au premier alinéa ne sont pas payés directement par l'annonceur au vendeur, la facture est

communiquée directement par ce dernier à l'annonceur ; qu'il résulte de ces dispositions que l'achat d'espace publicitaire auquel il a procédé, auprès du support, pour le compte de l'annonceur, ne peut pas être facturé à l'intermédiaire ; qu'en énonçant, à l'appui de sa décision, que la loi Sapin du 29 janvier 1993 prévoyant un mandat transparent réalisé pour le compte d'un annonceur ainsi que les débats parlementaires y afférents, n'interdisent pas que la prestation soit facturée au mandataire, le tribunal a violé les articles 20, alinéas 2 et 3 et 25.2 de la loi du 29 janvier 1993 ;

Mais attendu, en premier lieu, que la loi du 29 janvier 1993 relative à la transparence de la vie économique et des procédures publiques n'interdit pas aux parties à un contrat d'achat d'espace publicitaire ou de prestation ayant pour objet l'édition ou la distribution d'imprimés publicitaires de convenir que le prix en sera facturé au mandataire ;

Et attendu, en second lieu, qu'ayant relevé que l'ordre de publicité signé entre l'annonceur et le mandataire indiquait "nom de la société à facturer: Carat sponsorship", le tribunal a légalement fondé la condamnation prononcée à l'encontre de ce mandataire ;

D'où il suit que le moyen n'est fondé en aucune de ses deux branches ;

PAR CES MOTIFS :

REJETTE le pourvoi.