

ACTOBA

Base juridique Médias et Réseaux de Communication

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

Cour d'appel de Paris, 4^{ème} ch., 11 mai 2005

APPELANTE

S.A. SOCIETE SADAS exerçant sous l'enseigne VERTBAUDET ayant son siège 216 rue Winox Chocqueel 59200 TOURCOING agissant poursuites et diligences en la personne de son Président du Conseil d'Administration domicilié en cette qualité audit siège représentée par Me François TEYTAUD, avoué à la Cour assistée de Me André BERTRAND, avocat au barreau de PARIS, toque : L 207

INTIMEE

STE LTJ DIFFUSION "ARTHUR" prise en la personne de ses représentants légaux 176-178 RUE D'ESTIENNE D'ORVES 92700 COLOMBES représentée par la SCP FISSELIER - CHILOUX - BOULAY, avoués à la Cour assistée de Me Fabienne FAJGENBAUM, avocat au barreau de Paris, toque P305» plaidant pour NATAF, FAJGENBAUM et associés

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 29 Mars 2005, en audience publique, devant la Cour composée de:

Monsieur Alain CARRE-PIERRAT, Président
Madame Marie-Gabrielle MAGUEUR, Conseiller
Madame Dominique ROSENTHAL-ROLLAND, Conseiller qui en ont délibéré

GREFFIER, lors des débats : Mme Jacqueline VIGNAL

ARRET :

CONTRADICTOIRE

- prononcé publiquement par Monsieur Alain CARRE-PIERRAT, Président

- signé par Monsieur Alain CARRE-PIERRAT, président et par Mme Jacqueline VIGNAL, greffier présent lors du prononcé.

Vu l'appel interjeté le 18 février 2004, par la société SADAS, exerçant sous l'enseigne VERTBAUDET, d'un jugement rendu le 23 janvier 2004 par le tribunal de grande instance de Paris qui a, au visa de la décision avant dire droit du 23 juin 2000 et de l'arrêt de la CJCE du 20 mars 2003 :

* dit qu'en déposant la marque "ARTHUR et FÉLICIE", n° 93487413 et en l'exploitant, la société SADAS a commis des actes de contrefaçon par imitation de la marque "ARTHUR" n 17731 et porté atteinte à l'enseigne "ARTHUR",

* prononcé l'annulation de la marque "ARTHUR et FÉLICIE", n°93487413 en ce qu'elle désigne les vêtements, les chaussures et la chapellerie,

* interdit à la société SADAS de poursuivre les actes précités sous astreinte de 250 euros par infraction constatée, passé un délai de quatre mois à compter de la signification de la décision,

* ordonné l'exécution provisoire de la seule mesure d'interdiction,

* condamne la société SADAS à verser à la société LTJ DIFFUSION la somme de 35.000 euros en réparation des actes de contrefaçon, la somme de 2.500 euros en réparation des actes de concurrence déloyale et la somme de 15.000 euros au titre des frais irrépétibles,

* dit que la décision, une fois définitive, sera sur simple réquisition du greffier, transmise à l'Institut national de la propriété industrielle pour être portée au Registre national des "métiers" (marques),

* autorisé la société LTJ DIFFUSION à faire publier le dispositif dans trois quotidiens ou revues de son choix, sans que la part du coût de ces insertions supportée par la société SADAS ne dépasse la somme de 3.500 euros par insertion,

* condamné la société SADAS aux dépens, y compris ceux relatifs à l'instance devant la CJCE ;

Vu les uniques écritures en date du 18 juin 2004, par lesquelles la société SADAS, exerçant sous l'enseigne VERTBAUDET, poursuivant l'infirmité de la décision entreprise, demande à la Cour de :

* dire que la marque "ARTHUR et FÉLICIE" ne constitue pas la contrefaçon de la marque "ARTHUR" au sens des articles 713-2 du Code de la propriété intellectuelle, 5.1 (a) de la Directive et 8.1 (a) du Règlement sur la marque communautaire,

* dire que la marque "ARTHUR et FÉLICIE" ne constitue pas la contrefaçon de la marque "ARTHUR" au sens des articles 713-3 du Code de la propriété intellectuelle, 5.1 (b) de la Directive et 8.1 (b) du Règlement sur la marque communautaire,

* constater conséquemment l'irrecevabilité des demandes formulées par la société LTJ DIFFUSION au titre de la contrefaçon de marque et l'en débouter,

* dire que l'action en concurrence déloyale est irrecevable car issue de la récrimination d'une marque valide tolérée pendant une période de plus de cinq ans,

* dire qu'elle n'a commis aucun acte de concurrence déloyale issu d'une confusion dans l'esprit du public ou d'une démarche parasitaire,

* à titre subsidiaire, dire que la société LTJ DIFFUSION n'établit nullement le lien de causalité entre son prétendu préjudice et la commercialisation de produits griffés "ARTHUR et FÉLICIE",

* condamner la société LTJ DIFFUSION au paiement de la somme de 100.000 euros à titre de dommages et intérêts pour abus de droits processuels,

* condamner la société LTJ DIFFUSION au paiement de la somme de 15.000 euros au titre des frais irrepétibles ;

Vu les dernières écritures en date du 15 mars 2005, aux termes desquelles la société LTJ DIFFUSION, formant appel incident, prie la Cour, au visa des articles L.713-3, L716-I et suivants du Code de la propriété intellectuelle, 1382 du Code civil, de:

confirmer le jugement entrepris en ce qu'il a :

* dit qu'en déposant la marque "ARTHUR et FÉLICIE", n° 93487413 et en l'exploitant, la

société SADAS a commis des actes de contrefaçon par imitation de la marque "ARTHUR" n° 17731 et porté atteinte à l'enseigne "ARTHUR",

* prononcé l'annulation de la marque "ARTHUR et FÉLICIE", n° 93487413 en ce qu'elle désigne les vêtements, les chaussures et la chapellerie,

* interdit à la société SADAS de poursuivre les actes précités sous astreinte de 250 euros par infraction constatée, passé un délai de quatre mois à compter de la signification de la décision,

* ordonné l'exécution provisoire de la seule mesure d'interdiction,

* dit que la décision, une fois définitive, sera sur simple réquisition du greffier, transmise à l'Institut national de la propriété industrielle pour être portée au Registre national des marques,

* condamné la société SADAS aux dépens, y compris ceux relatifs à l'instance devant la CJCE, l'infirmer pour le surplus et statuant à nouveau :

* condamner la société SADAS au paiement de la somme de 1.026.980 euros en réparation du préjudice résultant de la contrefaçon de sa marque "ARTHUR",

* dire que la société SADAS s'est également rendue coupable d'actes de concurrence déloyale distincts de ceux incriminés au titre de la contrefaçon,

* dire que la société SADAS s'est également rendue coupable d'actes de concurrence déloyale en portant atteinte à l'enseigne "ARTHUR",

* condamner la société SADAS au versement de la somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant de la concurrence déloyale,

* ordonner la publication du "jugement" à intervenir, en extraits ou en son entier, dans trois journaux de son choix> aux frais avancés de la société SADAS, sans que le montant total mis à la charge de celle-ci puisse excéder la somme de 35.000 euros HT, ainsi que la publication, à ses frais, de cette décision sur l'une des 10 premières pages du prochain catalogue VERTBAUDET et sur la page d'accueil de son site Internet pendant une saison, soit 6 mois,

* condamner la société SADAS au versement de la somme de 40.000 euros au titre des frais irrepétibles exposés dans le cadre de la procédure de première instance et devant la CJCE,

* condamner la société SADAS au versement d'une somme complémentaire de 20.000 euros sur le fondement de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile pour les frais exposés en cause d'appel ;

SUR CE, LA COUR,

Considérant que, pour un exposé complet des faits et de la procédure, il est expressément renvoyé au jugement déféré et aux écritures des parties; qu'il suffit de rappeler que :

* la société LTJ DIFFUSION, créée en 1983, a pour activité la création, la fabrication et la commercialisation de vêtements et d'articles chaussants, notamment de lingerie de nuit, sous-vêtements, chaussettes et pantoufles pour homme, femme et enfant,

* elle commercialise ces articles sous la marque "ARTHUR", déposée le 16 juin 1983 à l'Institut national de la propriété industrielle, enregistrée sous le n° 17731 pour désigner les produits de la classe 25, renouvelée le 11 avril 2003,

* elle est également titulaire de la marque internationale "ARTHUR" déposée le 31 mai 1989, enregistrée sous le n°539689 en classe 25, visant l'Allemagne, l'Autriche, le Bénélux, l'Espagne et la Suisse,

* cette société emploie le signe "ARTHUR" à titre d'enseigne,

* la société SADAS commercialise, sous l'enseigne VERT/BAUDET, notamment des vêtements et des articles textiles au moyen d'un catalogue de vente par correspondance,

* elle a déposé le 29 septembre 1993 à l'Institut national de la propriété industrielle la marque dénominate "ARTHUR ET FÉLICIE", enregistrée sous le n°93487413 pour désigner les produits et services des classes 16,25, 28 et 35,

* depuis l'automne/hiver 1994/95, la société SADAS offre à la vente, sous cette marque, dans son catalogue VERTBAUDET, des vêtements et accessoires destinés aux enfants,

* le 9 septembre 1996, la société SADAS, a déposé une demande d'enregistrement de la

marque communautaire "ARTHUR ET FÉLICIE", sous le n°373787 pour les classes 16, 24 et 25,

* estimant que l'adoption de cette dénomination portait atteinte à ses droits, la société LTJ DIFFUSION a adressé à la société SADAS le 12 mai 1998, une mise en demeure de cesser tout usage de la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" et de renoncer à l'enregistrement de la marque communautaire,

* par lettre du 12 juin 1998, la société SADAS a répliqué qu'aucune confusion ne pouvait exister entre la marque "ARTHUR" et le signe "ARTHUR ET FÉLICIE",

* dans ces conditions, la société LTJ DIFFUSION a formé opposition à la demande d'enregistrement de la marque communautaire "ARTHUR ET FÉLICIE" et a saisi le tribunal de grande instance de Paris, le 24 novembre 1998, d'une action en contrefaçon et en concurrence déloyale ;

Sur la contrefaçon de marque :

Considérant en ce qui concerne la demande d'enregistrement de la marque communautaire "ARTHUR ET FÉLICIE", qu'il y a lieu de constater que :

- statuant sur l'opposition de la société LTJ DIFFUSION, la division d'opposition de l'OHMI a, le 8 octobre 1999, rejeté celle-ci, retenant que les deux signes "ARTHUR" et "ARTHUR ET FÉLICIE" présentent des éléments de différenciation non négligeables ;

- saisie du recours formé par la société LTJ DIFFUSION, la 3^e chambre de Recours de l'OHMI a, par décision du 19 juin 2002, annulé la décision attaquée dans la mesure où elle a rejeté l'opposition pour absence de confusion et renvoyé l'affaire à la Division d'opposition ;

- par décision du 22 avril 2003, la division d'opposition de l'OHMI a accueilli partiellement l'opposition de la société LTJ DIFFUSION en ce qui concerne les produits contestés suivants; vêtements (habillement), chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques), chapellerie, tous ces produits pour enfants vendus par correspondance et dans les boutiques spécialisées distribuant les produits du catalogue (classe 25) ;

- le 7 juin 2004, 1^{ère} chambre des recours de l'OHMI a rejeté le recours formé par la société SADAS ;

- cette décision est actuellement soumise au Tribunal de Première Instance de la Cour de Justice des Communautés Européennes par suite du recours de la société SADAS ;

Considérant en ce qui concerne la marque française "ARTHUR ET FÉLICIE" enregistrée sous le n°93487413, dont le seul examen est soumis à la Cour, qu'il convient de rappeler que, par décision avant dire droit du 23 juin 2000, le tribunal a posé à la CJCE la question suivante: "l'interdiction édictée par l'article 5-1 a) de la directive 89/104 du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des états membres concerne-t-elle la seule reproduction à l'identique sans retrait ni ajout du ou des signes composant une marque, ou peut-elle s'étendre à 1- la reproduction de l'élément distinctif d'une marque composée de plusieurs signes. 2- la reproduction intégrale des signes constituant la marque lorsque leur sont adjoints d'autres signes";

Que par arrêt du 20 mars 2003, la Cour de justice a dit pour droit que l'article 5, paragraphe 1, sous a), doit être interprété en ce sens qu'un signe est identique à la marque lorsqu'il est reproduit, sans modification ni ajout, tous les éléments constituant la marque ou lorsque, considéré dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux d'un consommateur moyen";

Considérant de sorte, que la société LTJ DIFFUSTON, prenant acte des termes de la réponse donnée par la CJCE, a fondé, devant les premiers juges, ses demandes sur les seules dispositions de l'article L.713-3 b) du Code de la propriété intellectuelle aux termes desquelles sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ;

Que ces dispositions introduites par la loi du 4 janvier 1991 doivent s'apprécier au regard de la directive communautaire n°89/104 du 21 décembre 1988 dont l'objet est de rapprocher les législations des états membres ;

Que l'article 5-1 b) de cette directive précise que le titulaire d'une marque enregistrée est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque et en raison de l'identité et de la similitude des produits ou des services couverts par la marque et le signe, il existe dans l'esprit du public un

risque de confusion qui comprend le risque d'association entre le signe et la marque ;

Considérant qu'à titre liminaire, la société SAD AS soutient que la procédure mise en oeuvre par la société LTJ DIFFUSION procède d'une volonté de nuire ;

Qu'elle fait valoir que la société LTJ DIFFUSION a toléré, durant une période ininterrompue de quatre ans, l'exploitation intensive de la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" et a préféré retarder l'introduction de la procédure, lorsque cette marque a été amplement associée au catalogue VERTBAUDET, reconnue de manière incontestable sur le marché français, pour introduire son action judiciaire et ainsi la contraindre à une issue transactionnelle ;

Mais considérant que la société LTJ DIFFUSION, qui dénie toute recherche d'accord de coexistence entre les marques en présence qui diluerait nécessairement sa marque "ARTHUR", réplique pertinemment qu'il n'est nullement démontré que la marque française "ARTHUR ET FÉLICIE", apposée pour la première fois sur le catalogue de vente par correspondance VERTBAUDET automne/hiver 1994/95, aurait bénéficié d'une reconnaissance avérée auprès du public lorsqu'elle a adressé à la société SADAS une mise en demeure le 12 mai 1998, après avoir pris connaissance de la demande d'enregistrement de la marque communautaire "ARTHUR ET FÉLICIE" par sa publication le 6 avril 1998 ;

Que de sorte, aucune inertie fautive ou intention malveillante ne peuvent être reprochées à la société LTJ DIFFUSION, étant, au surplus, rappelé que selon les dispositions de l'article L.716-5 du Code de la propriété intellectuelle l'action en contrefaçon d'une marque n'est irrecevable que si son usage a été toléré pendant un délai de cinq ans ;

Considérant au vu des principes dégagés par la CJCE, le signe critiqué "ARTHUR ET FÉLICIE" n'étant pas identique à la marque "ARTHUR" opposée faute de la reproduire sans modification ni ajout, qu'il convient de rechercher s'il existe entre les deux dénominations un risque de confusion visuel, auditif, conceptuel, au terme d'une appréciation globale fondée sur l'impression d'ensemble produite, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants ;

Que l'appréciation du risque de confusion dépend d'une part, du caractère distinctif de la marque première, élevé intrinsèquement, soit en raison de sa connaissance sur le marché, de l'intensité et de sa durée d'usage et d'autre part, de la similitude entre la marque et le signe

contesté, l'identité ou la similitude entre les produits et services désignés ;

Que cette comparaison doit, au surplus, s'effectuer entre les signes tels qu'ils sont déposés, indépendamment de l'exploitation qui en est faite ;

Considérant que par une juste appréciation, le tribunal a retenu que ces principes commandent, pour déterminer si la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" constitue la contrefaçon par imitation de la marque "ARTHUR", d'apprécier la distinctivité de cette dernière, l'importance de son usage et sa connaissance auprès du public concerné, avant d'examiner les similitudes entre les signes en présence et l'impression d'ensemble qu'elles sont de nature à créer dans l'esprit du consommateur concerné;

Considérant que la société SADAS soutient que serait faiblement distinctif, pour désigner des vêtements, le terme «ARTHUR», prénom commun et usité en France, étant, au surplus, intégré dans 142 marques déposées, dont plus d'une vingtaine en classe 25, notamment par les magasins ""ARTHUR" ET FOX" spécialisés dans la commercialisation d'articles vestimentaires ;

Mais considérant que la société LTJ DIFFUSION fait pertinemment valoir qu'à la date du dépôt de la marque, en 1983, le terme "ARTHUR" présentait et conserve encore aujourd'hui un caractère arbitraire et distinctif pour désigner des vêtements ;

Qu'il n'est pas démontré qu'à cette date, il existait en France d'autres marques formées du prénom "ARTHUR", seul ou en combinaison avec un autre terme, pour désigner des produits en classe 25, toutes les marques citées étant postérieures ;

Que par ailleurs, il n'est aucunement établi, à l'exception de la marque "ARTHUR" ET FOX", que les signes visés par la société SADAS aient été effectivement exploités en France ;

Considérant, ainsi que l'a relevé le tribunal, qu'à cette distinctivité propre du signe "ARTHUR", s'ajoute celle que son titulaire lui a fait acquérir par une exploitation continue et massive pendant de nombreuses années sur l'ensemble du territoire national ;

Qu'en effet, la société LTJ DIFFUSION produit une importante revue de presse relatant l'histoire de la marque "ARTHUR", des catalogues, des publicités promotionnelles et

réductionnelles démontrant l'importance de la promotion constante de sa marque depuis 1985;

Que de sorte, la marque "ARTHUR", distinctive intrinsèquement, par l'usage qui en a été fait depuis son enregistrement, a acquis une notoriété certaine auprès du public, en France, territoire pertinent, pour désigner notamment les sous-vêtements et les vêtements d'intérieur pour les adultes et pour les enfants ;

Considérant sur la comparaison des signes que la marque "ARTHUR" est déposée dans un graphisme particulier en forme de signature manuscrite, épousant une forme ascendante, un point étant placé sous la lettre A ;

Que la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" est déposée en lettres d'imprimerie droites et noires;

Considérant que ces deux signes ont en commun le terme "ARTHUR" ; que ce terme est le seul vocable de la marque antérieure de sorte qu'il en constitue l'élément visuel et sonore distinctif et prépondérant, indépendamment de la calligraphie utilisée qui n'est que secondaire, le vocable "ARTHUR" demeurant parfaitement lisible ;

Que visuellement et phonétiquement, ce terme conserve dans la marque seconde son caractère distinctif et dominant par sa position d'attaque, de sorte qu'il retient l'attention du consommateur moyennement attentif ;

Que conceptuellement, les signes "ARTHUR" et "ARTHUR ET FÉLICIE" procèdent de la même idée, celle de constituer une marque à partir de prénom ;

Que l'adjonction au prénom "ARTHUR" du prénom féminin FÉLICIE, relié par une conjonction de coordination, ne peut que suggérer, dans l'esprit du consommateur, que la marque seconde est une déclinaison de la gamme des produits désignés sous la marque "ARTHUR" s'adressant désormais, également à une clientèle féminine ;

Qu'il s'ensuit qu'au vu de l'impression d'ensemble résultant de la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des dénominations en cause, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public qui sera conduit à leur attribuer une origine commune ;

Que le sondage réalisé à la demande de la société SADAS par la société IPSOS n'est pas de nature à exclure ce risque de confusion

puisque, au contraire, il révèle que les deux marques sont connues du public pour désigner des articles vestimentaires ;

Considérant que la société SADAS n'est pas davantage fondée à soutenir que ce risque de confusion ne serait pas démontré, puisque la société LTJ DIFFUSION vend exclusivement des vêtements d'intérieur, alors qu'elle propose à la vente des vêtements destinés aux enfants de 2 à 12 ans ;

Qu'en effet, la marque première a été déposée en classe 25 pour désigner les articles textile en prêt à porter et sur mesure, y compris les bottes, souliers et pantoufles ;

Que ces produits sont identiques ou similaires aux vêtements, chaussures et chapellerie visés au dépôt de la marque seconde ;

Que tribunal, a justement retenu, par des motifs pertinents que la Cour adopte, qu'il est indifférent que les articles vestimentaires sous chacune des marques en présence ne s'adressent pas à la même clientèle ou n'ont pas la même fonction dès lors qu'il s'agit, dans les deux cas, d'articles vestimentaires et chaussants ;

Considérant par voie de conséquence que la décision entreprise, qui a retenu des actes de contrefaçon et prononcé la nullité de la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" en ce qu'elle désigne les vêtements, les chaussures et la chapellerie, sera confirmée ;

Sur la concurrence déloyale :

Considérant que la société LTJ DIFFUSION soutient que la société SADAS a également eu un comportement déloyal en modifiant, en cours de procédure, la calligraphie de sa marque afin de la rendre quasiment identique à celle qu'elle a choisie pour la commercialisation de ses propres articles, traduisant ainsi sa volonté délibérée de renforcer la confusion dans l'esprit du public ;

Considérant qu'il est constant que la société SADAS a déposé sa marque "ARTHUR ET FÉLICIE" en lettres d'imprimerie droites et noires ;

Que la société LTJ DIFFUSION démontre qu'au cours de la saison Printemps/Été 2001, la société SADAS a modifié la calligraphie de son logo "ARTHUR ET FÉLICIE" apposé sur les pages du catalogue VERTBAUDET pour adopter une graphie se rapprochant de celle qu'elle avait précédemment adoptée pour figurer sur ses

documents commerciaux, les enseignes de ses magasins, les étiquettes de ses articles vestimentaires ;

Que le choix, sans nécessité, de cette calligraphie fortement évocatrice de la notoriété acquise par la dénomination "ARTHUR", ne saurait être fortuit, traduit la volonté délibérée de la société SADAS de se placer dans le sillage de la société LTJ DIFFUSION et procède d'un comportement déloyal ;

Considérant par ailleurs, que le tribunal a justement retenu que le dépôt de la marque "ARTHUR ET FÉLICIE" et son exploitation ont porté atteinte à l'enseigne "ARTHUR" utilisé par la société LTJ DIFFUSION ;

Sur les mesures réparatrices :

Considérant que les mesures d'interdiction sous astreinte et de publication telles qu'ordonnées par les premiers juges seront confirmées, sauf pour la mesure de publication à faire mention du présent arrêt ;

Considérant que les actes de contrefaçon ont nécessairement porté préjudice à la société LTJ DIFFUSION en banalisant la marque "ARTHUR" dont elle est titulaire et qui est son seul signe distinctif ;

Considérant sur le montant de l'indemnité réparatrice, qu'il convient de retenir :

- comme l'a relevé le tribunal, que d'une part, sans qu'il ne puisse lui être reproché aucune malveillance, la société LTJ DIFFUSION a attendu plusieurs années avant d'agir et que d'autre part, l'usage de la marque contrefaisante est principalement circonscrit à l'exploitation sur un catalogue de vente par correspondance de vêtements et d'articles pour enfants ;

- que cependant, durant les cinq années au cours desquelles des procédures judiciaires et administratives ont opposé les parties, la société SADAS n'a cessé de développer sa marque "ARTHUR ET FÉLICIE" pour en faire une marque phare dans le catalogue VERTBAUDET, tout en aggravant le risque de confusion par la modification de la calligraphie de son signe ;

- qu'en poursuivant activement cette exploitation elle a pris un risque en toute connaissance de cause, alors qu'elle était informée des actions entreprises par la société LTJ DIFFUSION pour la défense de sa marque "ARTHUR" ;

- que la société SADAS reconnaît que le montant des ventes des produits griffés "ARTHUR ET FÉLICIE" au cours des années 1994 à 1998 a généré un chiffre d'affaires de 42.698.000 euros; que n'est produit aucun document sur le montant du chiffre d'affaire réalisé depuis 1999;

Considérant que la mesure de réparation devant être effective, proportionnée et dissuasive, au vu des éléments précités, il sera accordé à la société LTJ DIFFUSION la somme de 250.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de contrefaçon et la somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de concurrence déloyale ;

Sur les autres demandes :

Considérant que la solution du litige commande de rejeter la demande reconventionnelle en dommages et intérêts formée par la société SADAS pour procédure abusive ;

Considérant que, les dépens exposés en première instance et devant la Cour de Justice des Communautés Européennes ayant été mis par le tribunal à la charge de la société SADAS, celui-ci a justement évalué à la somme de 15.000 euros le montant de la créance due à la société LTJ DIFFUSION au titre des frais irrépétibles, de sorte que la demande formée par la société LTJ DIFFUSION, tendant à voir porter son montant à la somme de 40.000 euros, sera rejetée ;

Considérant en revanche, que les dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile doivent bénéficier en cause d'appel à la société LTJ DIFFUSION ; qu'il lui sera alloué à ce titre la somme complémentaire de 15,000 euros ; que la société SADAS qui succombe en ses prétentions doit être déboutée de sa demande formée sur ce même fondement :

PAR CES MOTIFS

Confirme le jugement déféré, sauf sur le montant des dommages et intérêts, Le réformant sur ce point et statuant à nouveau :

Condamne la société SADAS, exerçant sous l'enseigne VERTBAUDET, à payer à la société LTJ DIFFUSION la somme de 250.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de contrefaçon de marque et la somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de concurrence déloyale,

Y ajoutant,

Dit que la mesure de publication devra faire mention du présent arrêt,

Condamne la société SADAS à payer à la société LTJ DIFFUSION la somme complémentaire de 15.000 euros au titre des frais irrépétibles d'appel,

Rejette toutes autres demandes,

Condamne la société SADAS aux dépens et dit que ceux-ci pourront être recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du nouveau Code de procédure civile.