

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**



3ème chambre 4ème
section

N° RG :
16/01573

N° MINUTE : 7

**JUGEMENT
rendu le 09 Février 2017**

DEMANDEURS

Monsieur Stéphane ASHPOOL
80 rue Taitbout
75009 PARIS

S.A.R.L. PIGALLE NEUF STORE
80 Rue Taitbout
75009 PARIS
agissant poursuites et diligences de son représentant légal, domicilié en
cette qualité audit siège,

Tous deux représentés par Me Carole SOUDRI, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire #C1667

DÉFENDERESSE

S.A.R.L. ADIDAS FRANCE
4 route de Saessolsheim
67700 LANDERSHEIM

prise en la personne de son représentant légal domicilié ès qualités
audit siège,
et représentée par Me Emmanuel LARERE, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire #T03

**Expéditions
exécutoires
délivrées le :**

13/02/17

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Camille LIGNIERES, Vice Présidente
Laurence LEHMANN, Vice-Présidente
Laure ALDEBERT, Vice-Présidente

assistées de Sarah BOUCRIS, greffier.

DÉBATS

A l'audience du 04 janvier 2017 tenue en audience publique

JUGEMENT

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe
Contradictoire
En premier ressort

EXPOSE DU LITIGE

Stéphane Ashpool est un jeune styliste de mode, amateur de basket-ball qui a grandi dans le quartier parisien de Pigalle auquel il dit être très attaché.

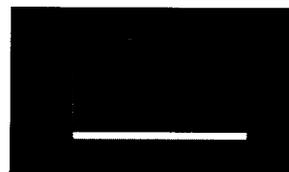
Il expose avoir créé une collection de vêtements de sport et de sportswear notamment des tee-shirts et sweatshirts qu'il exploite sous la marque PIGALLE qu'il commercialise par l'intermédiaire de la société PIGALLE NEUF STORE créée en 2008 dont il est le gérant et qui dispose de deux magasins à Pigalle.

Stéphane ASHPOOL indique être reconnu dans le monde de la mode pour avoir été récompensé par le prix de l'Adam (association nationale pour le développement des arts et de la mode) en 2015 pour ses modèles « street couture » et être en partenariat avec la société Nike notamment pour des chaussures de sport.

La société PIGALLE NEUF STORE est propriétaire de la marque française PIGALLE n°3776098 déposée le 21 octobre 2010 pour les produits joaillerie, objets d'art en métaux précieux en classe 14, Portefeuilles, porte monnaie, sac à main, sac à dos, sac à roulettes sac de voyage en classe 18 et vêtements (sauf bonneterie et chaussettes) chaussures, chapellerie en classe 25 (pièce 1).

Stéphane ASHPOOL est propriétaire de la marque PIGALLE de l'Union Européenne n°12797866 enregistrée le 7 août 2014 en classe 18 pour les bagages, sac portefeuilles et autres objets de transport, sac de sport (..) pour des articles d'habillement notamment vêtements et chaussures de sport, chapellerie en classe 25 et en classe 38 pour les services de télécommunication (pièce 2).

Les deux marques semi-figuratives sont les mêmes et se présentent comme suit :



Stéphane ASHPOOL expose qu'il utilise aussi une lettre P stylisée comme identifiant de ses collections de vêtements de sport et notamment pour les produits exploités en partenariat avec la société NIKE ainsi représentée :



La société ADIDAS, connue pour la commercialisation de ses articles de sport, organise depuis 2014 une course sportive à pied dans les quartiers de Paris baptisée « BOOTS BATTLE RUN » en vue de promouvoir des chaussures de course intégrant une nouvelle semelle « BOOST ».

La société ADIDAS distribue aux coureurs des tee-shirts sur lesquels elle a fait mettre sa marque ADIDAS et un blason identifiant l'équipe par quartier.

Stéphane ASHPOOL a découvert qu'il existait pour les coureurs du quartier de Pigalle une équipe BootsPIGALLE dont le blason reprenait selon lui sa marque Pigalle associée au P stylisé qu'il utilise pour sa collection de vêtements et d'accessoires de sport.

Le blason litigieux se présente comme suit :



Après avoir fait établir un procès-verbal de constat sur l'adresse facebook , twitter et Instagram de l'équipe @bootspigalle le 26 octobre 2015, Stéphane ASHPOOL et la société PIGALLE NEUF STORE par l'intermédiaire de leur conseil, ont mis en demeure la société ADIDAS de cesser ses agissements par courrier recommandé du 9 novembre 2015.

La société ADIDAS en réponse a contesté la demande par courrier du 17 décembre 2015.

C'est dans ces conditions que Stéphane Ashpool et la société PIGALLE NEUF STORE ont assigné la société ADIDAS FRANCE par exploit en date du 14 janvier 2016 en contrefaçon de marque et concurrence déloyale.

Selon leurs dernières écritures régularisées le , monsieur Ashpool et la société Pigalle Neuf Store demandent au tribunal de :

Vu les articles L 713 -2 et L 716 -1 du Code de la Propriété Intellectuelle,

Vu l'article 1382 du Code Civil,

Dire et Juger que la Société ADIDAS s'est rendue coupable de

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C' or similar.

contrefaçon par reproduction à l'identique de la marque Communautaire PIGALLE n°12797866 dont Monsieur Stéphane Ashpool est propriétaire ainsi que de la marque Française PIGALLE n° n°3776098 dont la société PIGALLE NEUF STORE est propriétaire, pour désigner en classe 25 les mêmes vêtements de sportwear dont les tee-shirts et les sweat-shirts.

En conséquence :

La condamner au paiement de la somme de 120.000 € en réparation des atteintes portées auxdites marques.

Dire et juger qu'en utilisant sur des vêtements de sport la dénomination PIGALLE associée à la lettre P, caractéristique des vêtements de sport exploités tant par les requérants que par leur licenciée la société NIKE INC, la société ADIDAS a commis des fautes de concurrence déloyale et parasitaire au préjudice de la société PIGALLE NEUF STORE qui engagent sa responsabilité au sens de l'article 1382 du Code Civil.

En conséquence

La condamner en conséquence au paiement de la somme de de 80.000€, sauf à parfaire, de dommages-intérêts en réparation des préjudices causés à la Société PIGALLE NEUF STORE par son comportement contraire aux usages loyaux du commerce.

-Interdire à la société ADIDAS de fabriquer, importer, présenter, exploiter des vêtements et des affiches constituant la contrefaçon de la marque PIGALLE et ce sous astreinte de 30.000 € par infraction constatée à compter de la signification du jugement à intervenir.

Ordonner la publication de la décision aux frais de la société ADIDAS dans trois journaux et magazines au choix des requérants, in extenso ou par extraits.

Condamner la société ADIDAS à la somme de 15.000 € par application de l'article 700 du Code de Procédure Civile ;

Ordonner l'exécution provisoire du jugement nonobstant appel et sans constitution de garantie ;

La condamner aux entiers dépens de la présente instance, dont distraction au profit de Maître Carole SOUDRI, Avocat à la Cour, qui pourra en recouvrer directement le montant conformément à l'article 699 du CPC.

En réponse la société ADIDAS selon ses dernières écritures récapitulatives signifiées par e-barreau le 31 août 2016 demande au tribunal de :

Vu les articles 7, §1, b) et c) et 9, §1, a) et b) du Règlement 207/2009 sur les marques de l'Union Européenne ;

Vu les articles L.711-2 b) et L.713-3 du Code de la propriété intellectuelle ;

Vu l'article 1382 du Code civil ;

PRONONCER la nullité de la marque française semi-figurative n°103776098 déposée pour les classes de produits 14, 18 et 25 le 21 octobre 2010 et de la marque de l'Union Européenne semi-figurative n°012797866 déposée pour les classes de produit 18, 25 et 38 le 7 août 2014 pour absence de caractère distinctif ;

A titre subsidiaire :

- DECLARER mal fondée la demande de Monsieur Stéphane Ashpool et de la société Pigalle Neuf Store au titre de la contrefaçon ;

- DECLARER mal fondée la demande de Monsieur Stéphane Ashpool et de la société Pigalle Neuf Store au titre de la concurrence déloyale et parasitaire en l'absence de faits distincts de ceux invoqués au titre de la contrefaçon sur le fondement de la marque française semi-figurative

n°103776098 déposée le 21 octobre 2010 et de la marque de l'Union Européenne semi-figurative n°012797866 déposée le 7 août 2014 ;
- DECLARER mal fondée la demande de Monsieur Stéphane Ashpool et de la société Pigalle Neuf Store au titre de la concurrence déloyale et parasitaire ;

En conséquence :

- DEBOUTER Monsieur Stéphane Ashpool et la société Pigalle Neuf Store de leur action en concurrence déloyale et parasitaire

En tout état de cause :

- DEBOUTER Monsieur Stéphane Ashpool et la société Pigalle Neuf Store de l'ensemble de leurs demandes, fins et conclusions ;

- CONDAMNER Monsieur Stéphane Ashpool et la société Pigalle Neuf Store à payer à la société adidas France la somme de trente mille euros (30 000 €) au titre de l'article 700 du Code de procédure civile et assortir cette condamnation de l'exécution provisoire ;

- CONDAMNER Monsieur Stéphane Ashpool et la société Pigalle Neuf Store aux entiers dépens de la présente instance, dont distraction au profit de Maître Emmanuel Larere, en application de l'article 699 du Code de procédure civile.

La clôture a été prononcée en date du 08 décembre 2016.

MOTIVATION

Sur la nullité des marques française PIGALLE n°103776098 et de l'Union Européenne n°012797866

La société ADIDAS fonde sa demande en nullité des marques française et de l'Union Européenne au visa des articles L.711-2 b) du code de la propriété intellectuelle et 7, §1, b) et c) du Règlement sur la Marque de l'Union Européenne pour défaut de caractère distinctif.

Elle fait valoir que les demandeurs ne peuvent s'approprier le nom d'un quartier parisien hautement connu afin de bénéficier du caractère attractif et de son influence touristique attachés au quartier pour commercialiser ses produits.

Elle fait valoir que le signe ne remplit pas la fonction de marque dès lors qu'il renvoie au quartier de Pigalle et non à l'origine commerciale du produit, le public achetant le produit pour sa référence au quartier, lieu dans lequel sont situées les deux boutiques de Stéphane ASHPOOL.

Stéphane ASHPOOL et la société PIGALLE NEUF STORE répondent qu'ils n'utilisent pas le signe PIGALLE comme indication de provenance de leurs vêtements qui sont par ailleurs fabriqués à l'étranger, que la marque a été déposée pour des vêtements de sport et sportswear sans lien direct avec le quartier touristique, mais en raison de l'attachement de Stéphane ASHPOOL pour le 9ème arrondissement dans lequel il est particulièrement actif et que le signe permet au public de rattacher les produits à la ligne de vêtements dont il est le créateur.

SUR CE ;

A titre liminaire il convient de constater que les marques litigieuses sont opposées à la société ADIDAS pour les vêtements de sportswear dont les tee-shirts et sweats-shirts qui sont les articles d'habillement désignés en classe 25 catégorie visée par chaque marque.

La demande en nullité des marques formée par la société ADIDAS n'est donc recevable que pour les produits de cette classe opposés à l'exclusion des produits des autres classes.

L'article 7, §1, b) et c) du Règlement sur la Marque de l'Union Européenne énonce que :

"Sont refusés à l'enregistrement : [...]

b) les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif ;

c) les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque "

L'article L.711-2 b) du Code de la propriété intellectuelle dit sensiblement la même chose

"Sont dépourvus de caractère distinctif : [...]

b) Les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service "

En application des textes précités, il n'est pas possible d'enregistrer des noms géographiques en tant que marques lorsqu'ils désignent des lieux géographiques déterminés qui sont déjà réputés ou connus pour la catégorie des produits concernée .

Il convient donc d'examiner si le terme géographique déposé désigne un lieu qui présente aux yeux du public pertinent un lien avec les produits revendiqués ou s'il est raisonnable d'envisager qu'un tel nom puisse aux yeux du public désigner la provenance géographique de ladite catégorie de produits.

Trois facteurs doivent être examinés pour apprécier le lien entre le nom géographique et les produits désignés, qui sont la connaissance plus ou moins grande qu'a le public concerné du terme géographique, les caractéristiques du lieu qu'il désigne et la catégorie des produits concernés.

En l'espèce, les demandeurs ont choisi Pigalle, nom d'un lieu géographique, pour désigner des produits désignés en classe 25, soit des articles d'habillement comprenant notamment des vêtements de sport.

Pigalle est le nom d'un quartier parisien très touristique internationalement connu, situé autour de la place Pigalle qui s'étend sur les 9ème et 18ème arrondissements qui a été dans le passé un haut lieu de prostitution et de banditisme.

Selon sa page wikipedia et les nombreuses pièces fournies par la société ADIDAS, c'est un « *quartier chaud* » répertorié dans les guides touristiques, qui comprend des sex shops, des stripteases, des boîtes de nuit et le musée de l'érotisme. Il est renommé pour ses « *porte-jarretelles, bars obscurs, et le célèbre Moulin Rouge qui rappellent sa réputation sulfureuse* », « *même si le temps où se croisaient à Pigalle les truands les policiers et les clients semble lointain* » (pièces Adidas 11,12 et 24).

Sa réputation lui a valu d'être choisi comme décor de productions cinématographiques et littéraires et d'être mis en lumière par de nombreux artistes comme Edith Piaf.

La société ADIDAS soutient que la marque a été déposée comme lieu d'indication géographique des produits où se trouvent par ailleurs les deux boutiques de Stéphane ASHPOOL et que le public pertinent sera convaincu d'acheter les vêtements marqués PIGALLE en référence au quartier de Pigalle et à sa réputation et non en lien avec l'entreprise de monsieur ASHPOOL .

Pour autant, la société ADIDAS échoue à démontrer l'association dans l'esprit du consommateur, constitué par le consommateur moyen de vêtements, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, qui existerait entre les vêtements de sport et de sportswear marqués PIGALLE et les caractéristiques du quartier pour lesquelles le quartier est connu et qui ont été rappelées plus haut.

En effet, les vêtements de sportswear n'évoquent pas le souvenir d'une visite du quartier de Pigalle qui n'est pas connu pour la mode vestimentaire ni pour le sport.

Monsieur ASHPOOL démontre clairement par les pièces produites qu'il n'a pas cherché à s'accaparer la réputation du quartier connu pour son caractère populaire et sulfureux mais suggère à travers sa marque son engagement et son attachement pour ce quartier dans lequel il a grandi et pour lequel il s'investit au niveau social et culturel pour les jeunes, le sport et la mode.

C'est le lieu où il a soutenu activement la rénovation d'un terrain de basket ball rue Duperré dans lequel il organise depuis des tournois et entraîne une équipe de minimes baptisée PIGALLE BASKETBALL, dont le nouvel équipement a créé la surprise et connu un retentissement médiatique.

C'est aussi l'endroit où il a initié le collectif artistique "Pain O Chokolat" et qu'il a retenu pour établir son activité de styliste, son atelier et ses boutiques pour ses collections, dont l'une est située rue Duperré.

Il s'agit là d'un choix inédit et inhabituel car, comme le souligne la presse, *« c'est à première vue un monde qui sépare le 9ème arrondissement tonitruant du jeune créateur amateur de basket-ball et l'institution de la rue Cambon »* par allusion au quartier célèbre de Chanel et de la mode parisienne (pièce21).

Il en résulte que la marque utilisée pour des vêtements inspirés par sa pratique sportive, qui ne ressortent pas du commerce touristique de Pigalle, sans lien avec la réputation du quartier, étant observé que la bonneterie a été expressément exclue des produits visés en classe 25, renvoie à la griffe de la mode masculine du styliste basketteur qui a choisi le nom géographique PIGALLE en raison de son implication personnelle et artistique dans la vie du 9ème arrondissement

Il en résulte que le nom provient d'un choix arbitraire sans rapport avec ce pour quoi est connu le quartier Pigalle, et qu'en conséquence la

demande en nullité des marques française et de l'Union Européenne PIGALLE pour défaut de distinctivité sera rejetée.

Sur la contrefaçon par reproduction

Stéphane ASHPOOL et la société PIGALLE NEUF STORE reprochent à la société ADIDAS au visa des articles 713 -2 et 716- 1 du code de la propriété intellectuelle d'exploiter à travers une équipe sportive qu'elle sponsorise sous la dénomination BOOTSPIGALLE des tee-shirts et sweats shirts reproduisant la marque PIGALLE dont ils sont titulaires.

La société ADIDAS expose qu'elle n'utilise pas le signe PIGALLE à titre de marque dans le blason mais pour désigner le quartier dans son sens commun et conteste l'existence d'une contrefaçon par reproduction en raison des nombreuses différences entre les signes qui excluent tout risque de confusion.

SUR CE ;

Aux termes de l'article L 713-2 a) du code de la propriété intellectuelle *"Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mots tels que : "formule, façon, système, imitation, genre, méthode", ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement"*.

L'article 9 §1 a) du règlement (CE) n° 207/2009 du 26 février 2009 dispose que *"la marque communautaire confère son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe identique à la marque communautaire pour des produits ou services identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée"*.

L'article L. 717-1 du code de la propriété intellectuelle précise que constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur la violation des interdictions prévues à l'article 9 du règlement communautaire précité.

Un signe est considéré comme identique à la marque s'il reproduit, sans modification ni ajout tous les éléments constituant la marque ou si, considéré dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux du consommateur moyen.

En l'espèce, la marque première associe le signe verbal Pigalle à un motif figuratif qui fait apparaître le nom PIGALLE en blanc sur fond noir.

La marque présente les caractéristiques suivantes :
un encart noir rectangulaire, sur lequel est apposé le terme Pigalle en lettres majuscules et de couleur blanche, ce terme étant souligné par un trait épais et de couleur blanche.

Les demandeurs soutiennent que leur marque est reproduite par la société ADIDAS sur des tee shirts qu'elle distribue aux participants du quartier Pigalle de la running Boost.

Il convient de rappeler que les droits des titulaires se limitent aux marques telles que déposées.

Or, en l'espèce, il ressort des pièces produites et notamment du procès-verbal de constat établi par huissier en date du 26 octobre 2015 que le signe PIGALLE est reproduit par la société ADIDAS dans un blason de couleur jaune sur un fond noir, composé notamment d'un bouclier triangulaire sur lequel est apposé le terme Pigalle et la lettre P, autour de laquelle est enroulée un serpent, le bouclier est lui-même entouré d'un motif circulaire en forme d'épis de blé, étant observé que le logo Adidas est apposé au-dessus du blason.

Ce blason est issu de la création d'un artiste graffeur tatoueur auquel la société ADIDAS s'est adressée pour identifier chacune des équipes des quartiers parisiens de la BOOTS BATTLE RUN en leur donnant un signe de reconnaissance autour d'un blason dans l'inspiration du Palio de Sienne (pièce3 Adidas).

Visuellement, le tribunal constate que le signe contesté PIGALLE sur le blason n'est pas un élément dissocié du dessin et ne constitue pas la reproduction de la marque rectangulaire blanche sur fond noir PIGALLE dont les demandeurs sont titulaires.

Au surplus, il est exact que la société ADIDAS utilise dans son sens commun le nom Pigalle sur le blason pour indiquer à quel quartier appartient l'équipe de la BOOST BATTLE RUN tels qu'elle le fait pour les équipes d'Odéon, Bastille ou République, ce qui est un usage dans le sens courant et non à titre de marque du nom géographique auquel les demandeurs ne peuvent s'opposer.

En outre, c'est le logo Adidas, apparent au-dessus du blason qui est utilisé à titre de marque.

La demande en contrefaçon des marques française et de l'Union Européenne PIGALLE sera donc rejetée.

Sur la concurrence déloyale et parasitaire

La société PIGALLE NEUF STORE reproche à la société ADIDAS d'utiliser sur les vêtements de sport la dénomination PIGALLE associée à la lettre P, caractéristique de ses vêtements de sport dans l'intention de profiter indument du succès de ses collections. Elle dit subir un préjudice aggravé par le fait qu'ADIDAS est un concurrent de NIKE auquel elle s'est associée pour développer ses collections et notamment des chaussures de sport.

La société ADIDAS conteste la demande fondée sur les mêmes faits que ceux reprochés au titre de la contrefaçon et fait valoir l'absence de preuve d'un comportement fautif.

SUR CE ;

La concurrence déloyale doit être appréciée au regard du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un signe ou un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, circonstance attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce.

Le parasitisme est constitué lorsqu'une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

La société PIGALLE NEUF STORE s'appuie sur les mêmes faits que ceux constatés par le procès-verbal de constat du 26 octobre 2015 montrant des tee-shirts sur lesquels figure le blason jaune et noir de la BOOTSPIGALLE sponsorisée par la société ADIDAS.

Il ne peut être retenu un comportement fautif au titre de l'utilisation du blason sur les tee-shirts par la société ADIDAS reproduisant le nom PIGALLE dont le caractère licite de l'utilisation a été jugé.

La demanderesse fait valoir comme fait distinct qu'il serait associé à la lettre stylisée P qui est un signe non déposé, qu'elle utilise sur ses vêtements et accessoires pour identifier sa collection.

S'il n'est pas contesté l'usage par la demanderesse d'un logo représentant dans un losange noir une lettre P seule surmontée d'un trait marquée par un point d'arrêt, sa comparaison visuelle avec le P utilisé dans le blason dactylographié dans une police différente qui disparaît dans un serpent enroulé exclut par ses différences évidentes toute confusion et méprise du consommateur.

Par ailleurs, la présence de la marque ADIDAS au dessus du blason indique clairement l'origine des tee shirts excluant toute confusion.

Enfin si le succès de la marque PIGALLE auprès des jeunes, son développement avec NIKE notamment pour des nouvelles chaussures Nikeair unlimited par PIGALLE sont établis par les extraits des magazines produits, aucun élément ne vient corroborer le fait que la société ADIDAS ait eu l'intention de se placer dans son sillage dans la mesure où le blason contesté est le choix d'un investissement personnel de la société ADIDAS aux fins de promouvoir des nouvelles chaussures de course BOOTS, de sponsoriser une course nommée BOOTS BATTLE en sélectionnant des quartiers emblématiques parisiens dont elle est libre d'utiliser le nom et l' initiale.

La demande en concurrence déloyale et parasitaire ne saurait dans ces conditions prospérer.

Sur les autres demandes

Il y a lieu de condamner la société PIGALLE NEUF STORE et Stéphane ASHPOOL aux dépens qui seront recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

En outre, ils doivent être condamnés à verser à la société ADIDAS qui a dû exposer des frais irrépétibles pour faire valoir ses droits, une indemnité au titre de l'article 700 du Code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 6000 euros.

Les circonstances de l'espèce justifient le prononcé de l'exécution provisoire, qui est en outre compatible avec la nature du litige.

PAR CES MOTIFS,

Le tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement contradictoire et rendu en premier ressort,

Déboute la société ADIDAS de sa demande en nullité de la marque française et de la marque de l'Union Européenne PIGALLE dont la société PIGALLE NEUF STORE et Stéphane ASHPOOL sont respectivement titulaires sous les n°103776098 et n°012797866 pour les produits désignés en classe 25,

Déboute la société PIGALLE NEUF STORE et Stéphane ASHPOOL de leurs demandes au titre de la contrefaçon et de la concurrence déloyale et parasitaire,

Condamne in solidum la société PIGALLE NEUF STORE et Stéphane ASHPOOL à payer à la société ADIDAS la somme de 6 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

Condamne in solidum la société PIGALLE NEUF STORE et Stéphane ASHPOOL aux dépens, qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile, dont distraction au profit de Me Emmanuel LARERE, avocat au barreau de Paris,

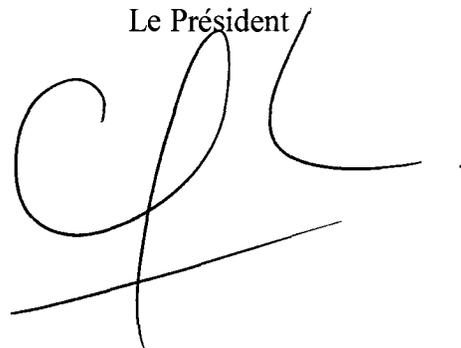
Ordonne l'exécution provisoire,

Fait et jugé à Paris le 09 février 2017.

Le Greffier

Handwritten signature of the Greffier, appearing to be 'S. Bouvier'.

Le Président

Handwritten signature of the Président, consisting of a large, stylized initial 'P' followed by a horizontal line.