

BGE 25 II 300

Bundesgericht (BGE), 1899-01-01, FR

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bge_25_II_300

FR: ATF 25 II 300

IT: DTF 25 II 300

Volltext

300 Civilrechtspflege. be.6 Udeil.6 bet ~o(i3ctfammet aufgefa13t, unb nid)t.6 9inbert ba~ munbeßgeriet;t, biefer stluffanung veiautreten, ba bie nael) stlirt. 32 m.uf. 1 smat'fenfd)u~gefe~ geftattete ~uumation ntd)t nur in einem C6tt'aWl'oaefte, fonbern (IUd) im ~h)i{'pt03e13 uUßgef:prod)en tlJetben fann, unb iWerbieß nad) fonftuntet vunbe~gettd)tlctf)et' ~m};i~ bie ~uuHfaUon eine stld beß C6d)ubenerfaßei3 gemn13 stlirt. 51 ~X6f. 1 DAR. 6iIbet. ,3m borllegenben ~arre etfd)eint nun bie ~u6mution namcntliet; in mcrüjd)id)tigung be~ 90gen ?8el'fd)ulben~ bc~ mef{ugten aLi3 Imrd)atti3 gered)tfcrtigt; bod) büftte bie bon bel' ?8orinjuna bcrfügte ~uomution tn brei mraUern ben .IWigern gettügenbe @enugt9Ulut9 ucrjd)uffen, unb tft i9r tlJciter~ ge9enber stlnt'l'ag auaule9nen. memerft fet nur, baß bie ~uvmation fiet; (tUT ba~ ~i~:pofith) beß angeford)enen unb bei3 6unbe~gerid)t~ Hd)en UrteUß au 6efd)rnnfen 9at. ~emnad) 9ut bai3 mU11beßgerid)t erhntt: ~ie merufung 6etber ~urteien tlJtrb a{ß unvegrünbet uvgewiefen, unh fomt baß Urteil bel' ~oli3ctfammer be~ st(:p:peUationß~ unb .reajfutionß90feß bei3 .re(tl1ton~ mern uom 3. ~e3emver 1898 in uUen ~eUen veftaUgt. 36. Arret du 10 jZlin 1899 dans la cause Russ-Suchard et Oe contre Chevrette. Imitation d'une marque de fabrique consistant en mots et figures; element essentiel de la marque. Art. 6, 24 litt. a et loi Bur les marques de fabrique, etc. Publication du jugement, art. 32, eod. A. La maison Russ-Suchard et Cie, a Neuchâtel, a depose plusieurs marques de fabrique destinees a etre apposees sur les differentes varietes de cbocolat de sa fabrication. Elle a depose entre autres, le 25 septembre 1883, une marque pour la variete dUe « chocolat suisse, » et le 15 juin 1885, une autre pour la variete dite « chocolat des menages. » En fevrier 1888, s'etant apergüe que Louis Chevrette, IV. Fabrik- und Handelsmarken. N0 36. 301 fabricant de chocolat a Geneve, mettait en vente, sous les denominations de « chocolat du Lemane » et de « chocolat des menages perfectionne, » des produits revetus d'eti- quettes imitant les deux marques susindiquees, elle l'invita a renoncer immediatement a l'usage de ces etiquettes. Chevrette protesta qu'il n'avait jamais eu l'intention d'imiter la marque Suchard, mais s'engagea en meme temps a changer la sienne. En decembre 1888 et janvier 1889 eut lieu entre parties un echange de lettres dans lesquelles Russ-Suchard et Cie se plaignaient de ce que Chevrette ne tenait pas son engage- ment et qui aboutit a la stipulation d'une convention, en date du 9 janvier 1889, par laquelle Chevrette s'engageait notamment a ne plus faire usage d'etiquettes, bottes, papier a lettre, enveloppes, etc., portant en quelque maniere que ce soit une imitation de la marque de fabrique de Russ- Suchard et Cie. En novembre 1890, ces derniers constaterent que Chevrette imitait une autre de leurs marques, celle du « cho- colat economique. » Ensuite de reclamations de leur part, une nouvelle convention fut conclue, le 30 novembre, par laquelle celle du 9 janvier 1889 etait declaree applicable a toutes les marques deposees par la maison Russ-Suchard et Cie et specialement a leur etiquette «chocolat economique. » En septembre 1890, Russ Suchard et Cie avaient modifie leu1' marque pour le « chocolat des menages » et en avaient effectue le

depot le 17 du même mois sous n° 3183. Chevrette ayant imité cette nouvelle marque en 1895, ils lui écrivirent en lui rappelant son engagement. Il répondit, comme lors des précédentes réclamations, qu'il n'avait pas eu l'intention d'imiter la marque de Suchard et Cie, mais que toutefois il voulait bien changer ses étiquettes. Sur sa demande, il obtint un délai pour l'écouler son stock d'étiquettes. Russ-Suchard et Cie ayant constaté en 1898 que Chevrette imitait de nouveau leur marque « chocolat des ménages » demandèrent à la Cour de Justice de Genève l'autorisation de saisir en mains de Chevrette et de divers négociants 302 Civilrechtspflege. les produits de chocolat portant la marque contrefaite, ainsi que les enveloppes, étiquettes, cartes, réclames, tableaux, prospectus, pierres lithographiques, clichés, ou tous autres ustensiles pourvus de cette marque. Autorisée par ordonnance du 6 juillet, la saisie eut lieu le surlendemain et porta sur une certaine quantité d'étiquettes, de chocolat et de moules portant la marque incriminée. B. Par exploit du 5 août 1898, Russ-Suchard et Cie ont ensuite ouvert action à Chevrette concluant: 1° A la validation de la saisie ci-dessus; 2° à ce que la destruction des marques, enveloppes et emballages portant la marque imitée soit ordonnée, ainsi que celle des ustensiles ayant servi à fabriquer cette marque; 3° à ce qu'il soit fait défense à Chevrette de fabriquer, vendre ou mettre en vente des chocolats pourvus de la marque saisie; 4° à ce que Chevrette soit condamnée à leur payer la somme de 20000 francs à titre de dommages-intérêts; 5° à la publication du jugement dans trois journaux de Genève, trois journaux de Neuchâtel et six autres journaux suisses au choix des demandeurs et aux frais de Chevrette. Déjà antérieurement à la notification de cet exploit, soit par lettre du 11 juillet 1898, Chevrette avait écrit à Russ-Suchard et Cie dans les termes résumés ci-après: A ma rentrée de voyage, j'ai connaissance des démarches que vous avez ordonnées au sujet des étiquettes et moules portant les mots « chocolat des ménages. » Les premières sont du domaine public, puisque tous les chocolatiers suisses; à l'exception de trois, s'en servent. Quant aux moules qui ont été saisis dans mon usine, il y a trente et un ans que je les emploie. Ces deux points établis et sans vouloir discuter à question de droit, pour éviter toute nouvelle complication, Je denomme à partir de ce jour cette qualité de chocolat « chocolat des amateurs du Léman, » j'en dépose la marque et je vous prie de bien vouloir donner les ordres nécessaires pour que je puisse déplier les chocolats saisis. » Donnant suite à cette communication, Chevrette déposa IV. Fabrik- und Handelsmarken. 1\0 36. 303 effectivement le 28 juillet sous n° 10271 une marque dite « chocolat des amateurs du Léman! » Estimant que cette marque n'était qu'une nouvelle forme d'imitation de la leur, Russ-Suchard et Cie amplifièrent leurs conclusions introductives d'instance et demandèrent aussi la radiation de la marque n° 10271, ainsi que la destruction de toutes les étiquettes, emballages, marchandises, factures, prospectus ou cartes-reclame portant la dite marque. C. Le défendeur a conclu à libération des fins de la demande, et reconventionnellement à la radiation de la marque inscrite au nom de Russ-Suchard et Cie sous n° 3183 et à la condamnation des demandeurs au paiement d'une indemnité de 20000 francs. Il soutenait n'avoir jamais imité les marques des demandeurs et déclarait que s'il avait toujours cédé à leurs réclamations, c'était par gain de paix. S'expliquant ensuite sur les conclusions de la demande, il prétendait que la marque n° 3183 de Russ-Suchard et Cie n'était pas nouvelle et devait être annulée, les mots « chocolat des ménages » étant depuis longtemps tombés dans le domaine public. Quant à la prétention des demandeurs de faire annuler la marque « chocolat des amateurs du Léman, » elle serait étrange, les deux marques étant, d'après le défendeur, complètement différentes. D. Par arrêt du 25 février 1899, la Cour de Justice de Genève a validé la saisie pratiquée le 8 juillet 1898 à la requête de Russ-Suchard et Cie pour autant qu'elle a porté sur les étiquettes

et enveloppes revetues de la marque « chocolat des menages;)) - ordonne la destruction de ces etiquettes et enveloppes; - faH defense a Chevrette de fabriquer, vendre Oll mettre en vente des marchandises revetues de la dite marque; - deboute Chevrette de sa demande en radiation de la marque enregistree par les de- mandeurs, le 17 septembre 1890, sous n° 3183 et condamne le dit a payer aux demandeurs la somme de 1000 francs a titre de dommages-interets, avec interets de droit des la date du jugement; - deboute les demandeurs de leur conclusion en radiation de la marque enregistree par le defendeur le xxv, 2. - 189rl 20 304 Civilrechtsptlege. 25 juillet 1898 sous n° 10271; - autorise les demandeurs a publier une fois le jugement ren du, aux frais du defendeur, dans la Feuille d' avis officielle du canton de Geneve; - deboute les parties de toutes plus amples conclusions. E. Par declaration du 24 mars 1899, Russ-Suchard et 0" ont interjete recours en reforme contre ce jugement, con- eluant ä. ee qu'il plaise au Tribunal federal : 1° Ordonner la radiation de la marque a: chocolat des amateurs du Lemman » deposee par Chevrette le 25 juillet 1898; 2° ordonner en consequence la destruction de toutes les etiquettes et emballages revetus de la dite marque ; 3° eomettre aces fins l'huissier H. Martin pour qu'il procMe a la dite destruction conjointement avec celle de la marque contrefaite « ehocolat des menages; » 4° condamner Chevrette a payer aux recourantR la somme de 20000 francs a titre de dommages-interets; 5° ordonner la publication de l'arret a intervenir dans trois journaux de Geneve, trois de Neuchatel et six autres journaux suisses au choix des recourants et aux frais de Chevrette. A l'audience de ce jour, le conseil et representant des recourants a declare retirer la eonclusion du recours relative aux dommages-interets. F. Le conseil de l'intime a cone lu au rejet du recours. Considermnt en droit : 1. De toutes les questions qui formaient l'objet du litige devant l'instance cantonale, deux seules, eelle de la radia- tion de la marque n° 10271 deposee par Chevrette et eelle eoncernant la publication du jugement renelu par la Cour ele Justice de Geneve et de eelui a rendre par l'instance fede- rale sont soumises a l'appréciation du Tribunal fMera!. 2. Les recourants Russ-Suchard et Cie soutiennent que la marque portant la mention a: ehoeolat des amateurs elu Le- man, » eleposee par l'intime Chevrette, le 25 juillet 1898, sous n° 10271 n'est qu'une imitation de eelle qu'ils ont deposee le 17 septembre 1890, sous n° 3183, pour leur IV. Fabrik- und Handelsmarken. N° 36. S05 ({ chocolat des menages» J ils en demanelent en conse- quence la radiation. La question se pose done de savoir si les deux marques dont il s'agit different suffisamment l'une de l'autre pour qu'une eonfusion entre elles ne soit pas facile (art. 6 de la loi federale du 26 septembre 1890) ou, en d'autres termes, pour que le public ne puisse pas etre induit en erreur (art. 24, lettre a, leg. eit.) En renon- ant a interjeter reecours du jugement de la Cour de justice de Geneve qui a eearte sa conclusion en radiation de la marque ({ ehoeolat des menages» deposee par les re- eourants, Chevrette a reconnu que cette marque a droit a la protection legale. 11 n'y a done plus lieu de revenir sur la question de savoir si, bien que la denomination « choeolat des menages]) soit tombee dans le domaine public, les recou- rants lui ont donne, en l'employant comme marque de fabrique, un aspect exterieur suffisamment original pour l'in- dividualiser et pour aequerir ainsi un droit personnei, non sur la denomination elle-meme, mais sur la forme figurative qu'elle a re- ue dans leur marque. Cette question a ete tran- chee affirmativement par l'instance cantonale, dont le pro- nonee eat passe en force sur ce point. Avant d'examiner si la marque incriminee apparait en elle-meme, par ses caracteres exterieurs, comme une imita- tion illicite de celle des recourants, il y a lieu d'observer ee qui suit: Les preecedents de sieur Chevrette et les circonstances dans lesquelles s'est effectue le depot de la marque « eho- colat des amateurs du Lemman » autorisent a admettre qu'en l'adoptant l'intime s'est non seulement inspire de la

marque des recourants pour le « chocolat des menages, » mais qu'il s'est propose d'imiter, tout en y apportant des modifications dans le but de maintenir sa nouvelle marque dans les limites d'une imitation permise. Quant aux antecedents, il resulte des faits de la cause que depuis de longues annees Chevrette s'etait fait pour ainsi dire une specialite de l'imitation des marques Russ-Suchard et Cie pour en revetir les chocolats de sa fabrication. Il suffit de rappeler ici qu'il a 306 Civilrechtspllege. lui-meme reconnu, dans deux conventions portant sa signature, qu'il s'etait rendu coupable d'imitation. En ce qui concerne specialement la marque « Chocolat des amateurs du Lemman, » sa comparaison avec la marque Suchard demontre a l'evidence que dans sa distribution generale elle s'inspire de celle-ci. On ne saurait admettre que ce soit la le resultat d'une coincidence fortuite. Si Chevrette ne voulait pas imiter la marque Suchard, il avait a sa disposition un nombre infini de combinaisons figuratives propres a rendre toute confusion impossible. Si entre toutes les combinaisons possibles il a donne la preference a celle qui se rapprochait de la marque Suchard, c'est qu'evidemment son intention etait d'imiter cette derniere. Cela ne suffit pas, sans doute, pour demontrer qu'il y a eu imitation illicite. Mais l'intention d'imiter etant etablie, on doit d'autant plus facilement admettre que la confusion entre les deux marques est possible, car il est a presumer que l'imitateur n'aurait pas imite la marque d'autrui s'il n'avait pas cru pouvoir speculer sur la possibilite d'une confusion; son appreciation a cet egard a toute la valeur de celle d'un homme du metier, qui connait les habitudes du public. 3. La marque Russ-Suchard et Cie n° 3183 presente un double caractere: elle est verbale en tant qu'elle comprend les mots « chocolat des menages, » destines a designer la qualite du produit qu'elle revet; elle est figurative en tant que ces mots sont groupes d'une maniere originale et entoures d'autres elements figuratifs qui donnent a la marque un aspect caracteristique. Ainsi qu'il a deja ete dit, la denomination « chocolat des menages » n'est plus susceptible d'appropriation, etant tombee dans le domaine public; au surplus, l'element verbal de la marque Chevrette consistant dans les mots « chocolat des amateurs du Lemman » est absolument different de celui de la marque Russ-Suchard et Cie. La question de l'imitation ne se pose donc que par rapport a l'element figuratif. L'instance cantonale l'a tranchee dans le sens negatif. Elle est partie du point de vue, juridiquement exact, que IV. Fabrik. und Handelsmarken. N° 36. i:107 pour qu'il y ait imitation illicite, il faut que la marque imitee reproduise les caracteres essentiels de la marque anterieure; mais elle a estime que tel n'etait pas le cas dans l'espece et que des lors les deux marques pouvaient coexister. Les recourants soutiennent que cette decision implique une erreur de droit en ce sens que la Cour n'aurait pas fait une saine appreciation des caracteres essentiels de leur marque, qui se retrouveraient, suivant eux, dans la marque contestee. Le caractere distinctif et la physionomie propre d'une marque figurative resultent non des details du dessin, mais de l'aspect general de la marque, c'est cet aspect qui determine l'impression qu'elle produit sur les sens et qu'elle laisse dans le souvenir de l'acheteur. Aussi le Tribunal federal a-t-il toujours admis que pour juger s'il y a imitation, il faut comparer l'aspect d'ensemble des deux marques en presence. L'art. 6 de la loi dispose du reste expressement qu'une nouvelle marque reproduisant certaines figures d'une marque deja inscrite, peut revendiquer la protection legale si elle differe suffisamment de celles deja enregistrees. Ces principes poses, il y a lieu de rechercher quels sont les elements essentiels de la marque de Russ-Suchard et Cie. Cette marque est composee de la maniere suivante : Les mots: « Chocolat des menages, » imprimes en caracteres gras et originaux, sont distribues sur deux lignes. Une troisieme ligne est occupee par les mots « Ph. Suchard » et une quatrieme par les mots « garanti pur cacao et sucre. » Le mot chocolat forme une espee

d'arc de cercle. Les mots « Ph. Suchard » sont imprimés dans une boucle formée par le jambage droit de la majuscule M du mot Menages. Dans la partie gauche de la marque se trouve une vignette, représentant une femme à table, encadrée en haut par le mot chocolat et en bas par le jambage de gauche de la lettre M. Deux petites cigognes, dont l'une est posée sur un nid placé au-dessus du M, tandis que l'autre vole au-dessus du mot Menages, complètent le dessin. 308 *Civilrechtsptlege*. L'instance cantonale a admis que l'élément essentiel de cette marque est formé par les mots « chocolat des menages. » Mais c'est là une erreur. Il se peut sans doute ainsi que le Tribunal fédéral l'a admis dans la cause Grezie; c. Bonnet et Cie (Bee. off. XXII, p. 1113 et suiv.) que dans une marque qui est à la fois verbale et figurative l'élément essentiel soit constitué par la partie verbale, même lorsqu'il n'influe pas sur la détermination de l'aspect général de la marque, s'il est prouvé que les acheteurs ont de préférence égard à cet élément. ~fais po!!r que ce principe soit applicable, il est indispensable que le propriétaire de la marque ait un droit personnel sur les mots qui en constituent l'élément verbal. Si, au contraire, ces mots sont dans le domaine public, il est juridiquement impossible qu'ils puissent constituer l'élément essentiel de la marque, car cet élément doit être différent dans chaque marque. 01' Russ-Suchard et Cie n'ont aucun droit personnel sur la dénomination « chocolat des menages, » tombée dans le domaine public. Le Tribunal fédéral a d'ailleurs jugé que la différence de l'élément verbal de deux marques, même lorsque celui-ci n'est pas tombé dans le domaine public, ne suffit pas à exclure l'imitation lorsqu'elle n'a pas pour effet de changer l'aspect général de la marque. (Voir aussi en la cause Lever c. Schuler et Co Bee. off. XXII, p. 588 et suiv., consid. 4.) Le caractère distinctif de la marque Russ-Suchard ne doit donc pas être cherché dans la dénomination « chocolat des menages » mais bien dans l'aspect d'ensemble résultant de la forme et de la disposition de ces mots, ainsi que des autres éléments qui composent cette marque. 01', si l'on compare au point de vue de leur aspect extérieur les deux marques en conflit, on voit que tous les éléments importants de la marque Russ-Suchard se retrouvent dans la marque Chevrette, au moins dans leurs traits fondamentaux: la disposition du mot chocolat s'y rapproche aussi d'un arc de cercle; - l'élément verbal est de même distribué en quatre lignes, dont la première commence vers la gauche, la seconde vers le centre de la marque et la troisième plus à droite, IV. *Fabrik- und Handelsmarken*. N° 36. 309 tandis que la quatrième, formée des mots « garanti pur cacao et sucre, » est disposée parallèlement à la troisième et à la même distance que dans la marque Suchard; - comme dans cette dernière, les mots de la troisième ligne sont encadrés par la boucle du jambage d'une lettre de la seconde ligne; - la vignette est aussi placée dans la partie à gauche de la marque et représente également des personnes à table; - enfin les deux marques sont de même grandeur et imprimées sur du papier de même couleur quoique de nuance différente. Ces divers points de ressemblance ont pour résultat que l'aspect général de la marque Chevrette est sinon identique, du moins très semblable à celui de la marque Russ-Suchard et l'on se reconnaît à première vue que l'élément figuratif des deux marques procède de la même pensée. Il est vrai que presque tous les détails de la marque Chevrette diffèrent de ceux de la marque Russ-Suchard. Outre l'élément verbal, les caractères de l'impression sont différents; la vignette, au lieu d'être encadrée par le jambage du M, est entourée par le C; de plus, elle représente seulement une dame et une fillette à table, tandis que dans la marque Russ-Suchard elle représente toute une famille et enfin les petites cigognes sont remplacées par une branche de feuillage qui enguirlande la lettre C. Mais toutes ces différences, quelque importantes qu'elles puissent paraître, ne sont que des différences de détail, qui n'altèrent pas l'aspect général de la marque et n'empêchent pas que l'acheteur, auquel il sera

rarement donne de pouvoir comparer les deux marques, ne puisse facilement prendre l'une pour l'autre. La principale de ces différences est évidemment celle qui résulte de la substitution des mots « chocolat des amateurs du Léman » à ceux de « chocolat des ménages Ph. Suchard. » Toutefois, étant donné qu'il s'agit de la protection non pas de l'élément verbal, mais seulement de l'élément figuratif de la marque, cette différence n'a pas d'importance décisive, attendu que les mots « chocolat des amateurs du Léman » sont disposés de manière à n'exercer qu'une faible influence sur l'aspect général de la marque au point de vue de sa 310 Civilrechtspflege. différenciation d'avec la marque Suchard. La circonstance que cette dernière porte le nom du fabricant « Ph. Suchard, » tandis qu'à la même place la marque Chevrette porte les mots « du Léman, » ainsi que, au-dessous de la vignette, le mot « Genève, » ne suffit pas non plus à différencier suffisamment l'aspect général des deux marques. (Voir arrêt déjà cité, Rec. olf., XXII, p. 590, en haut.) Il ne pourrait en être autrement que s'il était prouvé que dans le commerce du chocolat l'acheteur attache une importance particulière à l'indication du nom du fabricant ou du lieu de provenance. Mais cela n'a pas même été allégué et le fait de l'imitation indique déjà le contraire, Chevrette ayant évidemment eu l'intention, ainsi qu'il a été dit plus haut, de spéculer sur la possibilité d'une confusion de la part des acheteurs entre sa marque et celle de Russ-Suchard. Celui qui veut adopter une marque ayant à sa disposition toute l'infinie variété des signes figuratifs que l'imagination peut suggérer, on est en droit d'exiger de lui qu'il use de cette liberté pour adopter une marque qui se distingue nettement de celles déjà enregistrées, au moins en tant qu'elles lui sont connues (comp. arrêt du Tribunal fédéral en matière de raison de commerce Rec. olf., xxr, p. 229, consid. 2). Or ce n'est certainement pas ainsi qu'a agi l'intime. De ces considérations il résulte que la marque « chocolat des amateurs du Léman, » déposée par l'intime, doit être considérée comme une imitation illégitime de celle déposée par Russ-Suchard et (Je pour leur « chocolat des ménages, » et qu'en conséquence elle doit être radiée. 4. Quant à la question de la publication du jugement, il s'agit uniquement de savoir s'il y a lieu d'accueillir les conclusions du recours tendant à obtenir que cette publication ait lieu non seulement dans la Feuille d'avis officielle de Genève, mais aussi dans divers autres journaux suisses au choix des recourants. A cet égard, le Tribunal fédéral n'est lié par aucune disposition précise de la loi et la solution dépend exclusivement de l'appréciation des circonstances. Or cette appréciation démontre que la publicité ordonnée n'est IV. Fabrik- und Handelsmarken. N° 36. 311 pas suffisante. Chevrette n'en est pas à son premier essai d'imitation des marques de la maison Russ-Suchard et ses antécédents permettent d'affirmer que l'on est en présence d'une imitation dolosive bien caractérisée. Il résulte en outre du dossier qu'il ne vendait pas du chocolat seulement à Genève, mais également dans d'autres cantons suisses où la publication par la Feuille d'avis officielle de Genève demeurerait absolument inconnue. Enfin Chevrette a lui-même déclaré devant l'instance cantonale qu'il était d'accord pour que le jugement à intervenir requit une grande publicité. Il se justifie des 10rs d'ajouter à la publication dans la Feuille d'avis officielle de Genève celle dans trois autres journaux suisses au choix des recourants. Par ces motifs, Le Tribunal fédéral prononce: Le recours est déclaré fondé et le jugement de la Cour civile de Genève, du 25 février 1899, est réformé partiellement en ce sens: 1° Que les recourants Russ-Suchard et Cie sont admis dans leur conclusion tendant a) à la radiation de la marque déposée par L. Chevrette au Bureau fédéral de la propriété intellectuelle à Berne, le 25 juillet 1898, sous n° 10271, et b) à la destruction des étiquettes et emballages revêtus de la dite marque; 2° que le dispositif du présent arrêt, ainsi que la partie non modifiée du dispositif du jugement cantonal, seront

publies une fois aux frais de l'intime dans la Feuille d'avis officielle de Geneve et dans trois autres journaux suisses au choix des recourants.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.