

# **GE\_GERICHTE ACJC/275/2017 vom 10. März 2017**

GE Cour de justice, 2017-03-10, FR

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ge\\_gerichte\\_ACJC\\_275\\_2017](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ge_gerichte_ACJC_275_2017)

FR: GE\_GERICHTE ACJC/275/2017 du 10 mars 2017

IT: GE\_GERICHTE ACJC/275/2017 del 10 marzo 2017

## **Erwägungen**

### **E. 1.1**

Selon l'art. 308 CPC, l'appel est recevable contre les décisions finales et incidentes de première instance lorsque, dans les affaires patrimoniales, la valeur litigieuse au dernier état des conclusions est de 10'000 fr. au moins.

L'action en constatation et cessation d'une concurrence déloyale a une nature patrimoniale parce qu'elle a une valeur économique pour les parties (BOHNET, Actions civiles, Bâle 2014, n° 10 ad § 1).

Sa valeur litigieuse a été fixée par les parties (art. 91 al. 2 CPC), en première instance, d'abord à moins de 30'000 fr., l'intimée n'ayant pas contesté cette indication initiale donnée par l'appelante, en vertu de l'art. 221 al. 1 let. c CPC (HALDY, in Bohnet et al. [éd.], CPC, Code de procédure civile, 2011, n° 43 ad art. 91 CPC). En dernier lieu, l'appelante avait toutefois amplifié ses conclusions en chiffrant à 30'000 fr., avec intérêts, les dommages-intérêts réclamés à sa partie adverse.

La valeur litigieuse dépasse ainsi le montant de 10'000 fr.

Par ailleurs, le jugement entrepris est une décision finale.

### **E. 1.2**

L'appel a été interjeté au nom de l'appelante par un avocat suisse (art. 68 al. 1,

### **E. 1.3**

En revanche, le deuxième appel, interjeté par le nouveau conseil genevois de l'appelante en date du 14 décembre 2016, est tardif et, partant, irrecevable en tant qu'appel.

Le fait que l'appelante n'ait pas été informée par son précédent conseil du jugement de première instance et de l'acte d'appel n'y change rien; à l'égard de la Cour et de l'intimée, les actes de procédure entrepris pour l'appelante par son avocat vaudois sont valables, en vertu des pouvoirs effectivement confiés par l'appelante à celui-ci, jusqu'au 17 novembre 2016 (cf. supra ch. 1.2).

Comme la Cour dispose d'un plein pouvoir d'examen (art. 310 CPC) et applique le droit d'office, il lui est toutefois permis de tenir compte des arguments juridiques avancés dans le deuxième "appel", en tant que cette écriture comporte une détermination par rapport à la duplique de l'intimée et qu'elle n'est pas basée sur de nouveaux allégués de fait.

## **E. 2**

La cause revêt des aspects internationaux, notamment parce que l'appelante, demanderesse en première instance, a son siège en France.

### **E. 2.1**

La compétence des autorités judiciaires suisses, en l'occurrence genevoises, pour traiter de la présente cause est donc régie par la Convention de Lugano (RS 0.275.12).

L'intimée, défenderesse en première instance, a son siège dans le canton de Genève, de sorte qu'elle peut y être atraite devant les tribunaux (art. 2 ch. 1 CL), indépendamment de la question de savoir ses agissements prétendument déloyaux et, partant, illicites s'y produisent ou risquent de s'y produire (art. 5 ch. 3 CL; HOFMANN/KUNZ in Basler Kommentar, Lugano-Übereinkommen, 2ème éd. 2016, n° 479, 448 ad art. 5 CL).

Les tribunaux genevois sont donc compétents *ratione loci* pour trancher le présent litige.

### **E. 2.2**

Les prétentions fondées sur un acte de concurrence déloyale sont régies par le droit de l'Etat sur le marché duquel l'entrave produit directement ses effets sur le lésé (art. 136 LDIP).

En l'espèce, les agissements prétendument déloyaux de l'intimée, à l'égard de l'appelante, produisent directement leurs effets sur le marché suisse. En effet, l'intimée a son siège à Genève et vend, par le biais d'un site internet bénéficiant d'un nom de domaine de premier niveau ".ch" (cf. à ce sujet ATF 126 III 239 consid. 2a), des produits qu'elle ne fait livrer que par La Poste Suisse, contre

- 11/18 -

C/3329/2014 paiement en francs suisses, payables notamment par le biais de la carte de débit de la banque suisse POSTFINANCE ("Postcard").

Il s'ensuit que le droit matériel suisse de la concurrence déloyale est applicable, soit la Loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD; RS 241) qui, conformément à l'engagement de la Suisse résultant de l'art. 10bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle révisée à Stockholm le 14 juillet 1967 (RS 0.232.04), assure (y compris aux ressortissants français) une protection effective contre la concurrence déloyale en Suisse, notamment contre des faits de nature à créer une confusion, contre des allégations fausses discréditant un concurrent ou ses produits, et contre des indications ou allégations susceptibles d'induire en erreur sur des marchandises (art. 10bis al. 3 de ladite Convention).

A contrario, le droit matériel français n'est pas applicable aux agissements prétendument déloyaux de l'intimée, sur le marché suisse.

### **E. 3**

En vertu de l'art. 2 LCD, est déloyal et illicite tout comportement ou pratique commerciale qui est trompeur ou qui contrevient de toute autre manière aux règles de la bonne foi et qui influe sur les rapports entre concurrents ou entre fournisseurs et clients. La clause générale de l'art. 2 LCD est concrétisée par la liste d'exemples figurant aux art. 3 à 8 LCD. Il n'est donc plus nécessaire de faire appel à la clause générale si le comportement reproché tombe sous le coup de l'une des dispositions spéciales précitées, raison pour laquelle il convient de commencer par examiner l'applicabilité de ces dernières (ATF 133 III 431 consid. 4.1; 132 III 414 consid. 3.1; 131 III 384 consid. 3; 122 III 469 consid. 8).

### **E. 4**

L'appelante reproche au premier juge de ne pas avoir admis que l'intimée a adopté un comportement contraire à l'art. 3 al. 1 let. e LCD, dans la mesure où elle compare ses prix à

ceux pratiqués par les revendeurs suisses agréés par l'appelante, sans relever qu'elle-même n'en fait pas partie.

#### **E. 4.1**

A la différence d'autres pays (l'Allemagne, par exemple), la Suisse a toujours considéré la publicité comparative comme étant en principe licite. En effet, la publicité comparative favorise la transparence des marchés, sert à l'information du public et fournit au consommateur la possibilité de faire le choix le plus avantageux pour lui (ATF 129 III 426 consid. 3.1.1 avec références). Encore faut-il qu'elle respecte les principes généraux de la loyauté commerciale. Consacrant une jurisprudence constante du Tribunal fédéral, l'art. 3 let. e LCD lui assigne, en conséquence, des limites afin qu'il en aille ainsi. Aux termes de cette disposition, agit de façon déloyale celui qui compare, de façon inexacte, fallacieuse, inutilement blessante ou parasitaire sa personne, ses marchandises, ses œuvres, ses prestations ou ses prix avec celles ou ceux d'un concurrent ou qui, par de telles comparaisons, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents (ATF précité consid. 3.1.1).

- 12/18 -

C/3329/2014

A l'instar d'autres méthodes publicitaires, la comparaison doit être objective, véridique et réaliste. Une comparaison est inexacte lorsqu'elle repose sur des données fausses. Cela suffit à lui conférer un caractère déloyal. Mais une comparaison qui s'appuie sur des données véridiques peut également revêtir un tel caractère, si ces données sont imprécises, secondaires ou incomplètes et qu'elles sont propres à susciter des erreurs auprès d'une partie non négligeable du public. Doit être qualifiée de fallacieuse, notamment, la comparaison qui prend en considération des facteurs secondaires sans mentionner des circonstances essentielles. D'un autre côté, une comparaison n'est pas constitutive de concurrence déloyale du simple fait qu'elle n'inclut pas tous les critères concevables, pour autant que cette limitation y soit énoncée sans équivoque de manière à ne pas suggérer que les offres ont été soumises à un test comparatif complet. De surcroît, on ne comparera que ce qui est comparable. Cela vaut en particulier pour les comparaisons de prix, lesquelles ne sont admissibles que lorsqu'elles portent sur des quantités et qualités identiques, et la transparence sera également de mise en ce qui concerne les différents types de prix retenus pour la comparaison. Il est ainsi exclu, par exemple, de comparer un prix résultant d'une offre spéciale (prix de lancement, prix soldé, prix de gros, etc.) avec un prix dit normal sans faire clairement état de la spécificité de cette offre (ATF précité consid. 3.1.1 avec références).

Enfin, pour déterminer si une publicité comparative contient des indications inexactes ou fallacieuses, le juge doit se placer du point de vue du destinataire. Ce qui importe, c'est le sens que le lecteur est fondé de bonne foi à donner à la publicité selon l'expérience de la vie et les circonstances du cas particulier. Il s'agit d'un acheteur suisse moyen, non professionnel et "normalement doué" (ATF précité consid. 3.1.1 avec références).

#### **E. 4.2**

Il est incontesté que l'intimée, qui exerce son activité de vente sur le marché suisse, compare ses prix destinés au consommateur final, moins élevés, avec ceux, également destinés au consommateur final mais plus élevés, pratiqués sur le même marché par les revendeurs

agréés par l'appelante, pour des articles de maroquinerie strictement identiques (soit des produits originaux, de même qualité) et également vendus à l'unité.

Sur son site internet, elle compare, pour chaque article original vendu à la pièce, le prix pratiqué par les revendeurs agréés ("prix public constaté") avec celui qu'elle demande elle-même ("notre prix"). Elle précise la spécificité de ses offres en indiquant qu'elle pratique des ventes à caractère privé, limité dans le temps, ou de type "Outlet" permanent, de sorte qu'elle relève le caractère exceptionnel de ses prix plus bas.

Cette précision suffit pour sauvegarder la loyauté de sa comparaison des prix. En effet, elle permet à l'acheteur suisse moyen, non professionnel et normalement

- 13/18 -

C/3329/2014 doué, de comprendre que les prix pratiqués par l'intimée ont un caractère exceptionnel, par rapport aux prix usuels pratiqués par d'autres vendeurs qui offrent exactement la même marchandise à la vente à la pièce, au consommateur final.

Le fait que l'intimée n'est pas un vendeur agréé par l'appelante ne joue aucun rôle, s'agissant de la comparaison des prix. En particulier, cette absence de qualité de l'intimée n'affecte pas la qualité de la marchandise vendue qui n'est ni volée, ni contrefaite, ni entachée d'un autre défaut matériel ou juridique. Qui plus est, en faisant ses emplettes sur internet, l'acheteur suisse moyen, non professionnel et normalement doué, sait et accepte qu'il ne bénéficie ni des conseils et autres services personnalisés (tel que l'emballage cadeau) d'un vendeur réel, ni de l'ambiance d'un magasin réel lors de son achat. En se rendant sur un site de ventes spéciales de produits de diverses marques, tel que celui de l'intimée, il sait et accepte également, comme en fréquentant un magasin réel dont l'offre n'est pas limitée à une seule marque, qu'il n'y trouvera pas nécessairement la gamme complète de tous les produits et services annexes du titulaire de la marque en question.

L'appelante n'allègue d'ailleurs aucun autre avantage exclusif (et licite) dont l'acheteur ne pourrait profiter qu'en cas d'achat auprès d'un détaillant faisant partie de son réseau de distribution sélective.

Il s'ensuit que la comparaison des prix pratiquée par l'intimée sur son site internet n'est pas déloyale mais qu'au contraire, elle favorise la transparence du marché, sert à l'information du public et fournit au consommateur la possibilité de faire le choix le plus avantageux pour lui. Partant, elle ne viole pas l'art. 3 al. 1 let. e LCD.

## **E. 5**

L'appelante reproche encore au Tribunal de ne pas avoir qualifié le comportement de l'intimée comme contraire à l'art. 5 let. b LCD, pour avoir profité indument de sa renommée.

### **E. 5.1**

Selon l'art. 5 LCD, agit de façon déloyale celui qui, notamment, exploite le résultat du travail d'un tiers, par exemple des offres, des calculs ou des plans, bien qu'il sache que ce résultat lui a été remis ou rendu accessible de façon induue (let. b).

Conformément à sa note marginale, l'art. 5 LCD concerne l'exploitation d'une prestation d'autrui. La jurisprudence entend par "prestation" au sens de cette disposition légale un produit (comme résultat d'un travail) qui n'est pas protégé en tant que tel par la législation spéciale sur la protection des biens immatériels (ATF 122 III 469 consid. 8 b et les

références). Les cas concernés par l'art. 5 LCD touchent d'une part au domaine des relations précontractuelles; ainsi, un bureau d'ingénieurs établit sans frais pour un client potentiel une offre détaillée comprenant des calculs compliqués, qui sont utilisés en définitive par le

- 14/18 -

C/3329/2014 concurrent finalement mandaté par le client. D'autre part, dans le domaine extracontractuel, l'art. 5 LCD vise le comportement des "pirates" qui, par exemple, reproduisent des enregistrements ou copient des livres dont le contenu n'est pas protégé par la législation sur les droits d'auteur. En revanche, la réputation d'un produit ne saurait être assimilée au résultat d'un travail, défini comme une prestation. Preuve en est que le renom d'un produit de marque ne peut être remis à un tiers ou lui être rendu accessible, comme l'art. 5 let. b LCD le suppose (ATF précité consid. 8 b et les références).

### **E. 5.2**

En vendant des articles de maroquinerie portant la marque de l'appelante, l'intimée n'exploite donc aucune prestation de l'appelante, au sens de l'art. 5 let. b LCD, de sorte qu'il importe peu de savoir si le fournisseur de l'intimée avait promis à l'appelante de ne rien livrer à des personnes ou sociétés non agréées par celle-ci.

### **E. 6**

L'appelante reproche, en outre, au Tribunal de ne pas avoir admis que l'intimée avait eu un comportement contraire à l'art. 2 LCD, pour avoir exploité la violation, par de tiers revendeurs agréés, de leurs obligations contractuelles à l'égard de l'appelante, d'une part, et pour avoir trompé ses clients au sujet de l'existence d'un prétendu lien particulier ("agrégation") avec l'appelante, d'autre part.

#### **E. 6.1**

La clause générale de l'art. 2 LCD peut trouver application notamment lorsqu'un comportement tombe sous le coup d'une loi protégeant un bien immatériel déterminé. A l'inverse, un acte qui n'est contraire à aucune de ces lois spéciales n'est en principe pas déloyal au sens de la LCD. Pour que l'acte, en soi licite, soit qualifié de concurrence déloyale, il faut, en plus, des circonstances particulières qui le fassent apparaître comme contraire aux règles de la bonne foi. Ainsi, le Tribunal fédéral a reconnu que, si des importations parallèles en marge d'un réseau de distribution sélective ne violaient pas le droit des marques, cette exploitation par un tiers d'une violation d'obligations contractuelles n'était pas déloyale non plus, sauf si des circonstances particulières la faisaient apparaître comme contraire à la bonne foi (ATF 136 III 232 consid. 7.2; 122 III 469 consid. 10 avec références). Confirmant en cela sa jurisprudence rendue sous l'empire de l'ancienne version de la LCD, il considère en effet que les importations parallèles en marge d'un système de distribution sélective sont en tant que telles admissibles, car la simple exploitation par un tiers d'une violation d'engagements contractuels liés à un réseau de distribution fermé n'est pas contraire à l'art. 2 LCD. Il y a en revanche concurrence déloyale lorsqu'en raison de circonstances particulières le comportement de l'importateur ou du revendeur parallèle apparaît contraire à la bonne foi ou qu'il entraîne des effets négatifs sur la concurrence (arrêt du Tribunal fédéral 4C.357/2001 du 11 avril 2002 consid. 8.1; ATF 124 III 321 consid. 4 avec références), ce dernier cas de figure tenant compte de l'approche fonctionnelle de la LCD voulue par le législateur (ATF 122 III 469 consid. 10).

- 15/18 -

C/3329/2014

Selon ladite approche, la distinction entre concurrence loyale et concurrence déloyale doit se faire en tenant compte des résultats qu'on est en droit d'escompter dans un système où la concurrence fonctionne bien. Ainsi, un acte de concurrence devient déloyal lorsqu'il met en péril la concurrence en tant que telle ou lorsqu'il déjoue les résultats attendus par ladite concurrence (ATF précité consid. 9a).

En cas d'importations parallèles en Suisse, il convient donc d'examiner si la vente des produits ainsi importés, en dehors du système de distribution sélective, entraîne des effets néfastes sur la concurrence sur le marché suisse (ATF précité consid. 9b).

Dans un cas concernant la parfumerie haut de gamme (ATF précité, "CHANEL"), le Tribunal fédéral a constaté ce qui suit. L'instauration d'un réseau de distribution sélective a pour but de préserver le prestige du produit, d'assurer un assortiment complet et de qualité constante et d'offrir si nécessaire des conseils à l'achat, voire de maintenir des prix imposés. En effet, la notion de prestige à laquelle les grands parfumeurs sont attachés implique des prix relativement élevés et des cadres de vente d'un certain standing en nombre forcément limité. Le système de distribution sélective ne tend donc pas à vendre les produits de marque au plus grand nombre de clients potentiels et au meilleur prix. Au contraire, grâce aux importations parallèles, les parfums de luxe sont accessibles plus facilement à un plus grand nombre de consommateurs. Il est douteux dès lors qu'un système de distribution sélective étanche soit souhaitable dans le domaine de la parfumerie du point de vue de la politique du marché (ATF précité consid. 10b).

Face aux revendeurs parallèles, les détaillants agréés ne sont pourtant pas démunis d'arguments. Ils proposent au consommateur la gamme de produits complète et un service de conseils à la clientèle; par ailleurs, même si les prix sont imposés par le distributeur exclusif, rien n'empêche le dépositaire agréé d'offrir par exemple un rabais de fidélité à ses clients (ATF précité consid. 10b).

En conclusion, la coexistence des détaillants agréés et des revendeurs parallèles apparaît comme la solution qui sauvegarde au mieux les résultats positifs qui peuvent être attendus de la libre concurrence, au bénéfice des concurrents, des acheteurs et de la collectivité en général (ATF précité consid. 10b).

Le caractère souhaitable des systèmes de distribution sélective paraît d'ailleurs douteux puisque, dans l'optique de bénéficier d'un pouvoir d'achat présumé plus important en Suisse, de nombreux fabricants étrangers et/ou leurs distributeurs exclusifs pratiquent en Suisse des prix de vente plus élevés que dans les pays européens voisins, ce qui risque d'entraîner à long terme des effets néfastes pour les entreprises et les commerces en Suisse (BÖNI/WASSMER, Die Behinderung von Parallelimporten gekoppelt mit Ausbeutungsmissbrauch, sic! 2016 p. 135s; cf. également ATF précité consid. 10b avec référence).

- 16/18 -

C/3329/2014

## **E. 6.2**

En l'espèce, l'appelante est titulaire d'une marque pour des articles de maroquinerie de prestige qu'elle écoule par un réseau de distribution sélective qu'elle qualifie elle-même

d'"étanche" pour toute l'Europe. Autrement dit, elle sélectionne un nombre limité de revendeurs agréés auxquels elle permet de revendre ses articles de maroquinerie, en leur imposant un certain nombre d'obligations en matière de stocks, de présentation et de conseils et en leur interdisant de revendre à d'autres revendeurs professionnels, non agréés, des articles de maroquinerie portant sa marque.

L'intimée, qui exerce une activité de vente à titre professionnel, a néanmoins obtenu la fourniture d'articles de maroquinerie portant la marque de l'appelante, par des revendeurs agréés par celle-ci, hors de Suisse. Elle revend ensuite ces articles à des prix inférieurs à ceux pratiqués par les revendeurs agréés actifs sur le marché suisse.

Les consommateurs en Suisse profitent donc de prix plus avantageux, en vertu de la concurrence ainsi créée entre les revendeurs agréés actifs en Suisse, d'une part, et l'intimée, revendeuse non agréée également active sur le marché suisse, d'autre part. L'importation parallèle pratiquée par l'intimée rend en effet les articles de maroquinerie de la marque de l'appelante plus facilement accessibles à un plus grand nombre de consommateurs en Suisse. En même temps, et comme dans le cas des produits de haute parfumerie tranchée par le Tribunal fédéral, les détaillants agréés par l'appelante ne sont pas démunis d'arguments puisqu'ils proposent au consommateur, notamment, la gamme de produits complète, un service de conseils et, enfin, l'ambiance d'un magasin réel, tandis que l'intimée ne propose que quelques articles isolés, sans services annexes et sans aucune ambiance puisqu'elle ne vend que par le biais d'un site internet dédié à la vente "outlet" ou limitée dans le temps d'articles divers de différentes marques.

Dans ces conditions, la vente en Suisse, par l'intimée, de certains articles de la marque de l'appelante, importés en contournant le système de distribution étanche mis en place par l'appelante dans toute l'Europe, ne peut pas être qualifiée de déloyale du seul fait que l'intimée ne fait pas partie de ce système et qu'elle pratique des prix inférieurs à ceux pratiqués par les revendeurs agréés par l'appelante, sur le marché suisse.

Or, puisque le caractère étanche du réseau de distribution sélective mis en place par l'appelante ne mérite pas en soi une protection en Suisse, on ne saurait pas non plus reprocher à l'intimée de cacher à ses clients le fait qu'elle ne jouit pas d'une agréation de la part de l'appelante. L'absence d'agréation n'ayant rien d'illicite ou d'immoral, sa (prétendue) dissimulation ne saurait être qualifiée de déloyale.

Par ailleurs, l'intimée ne cache pas l'absence de son agréation par l'appelante. Revendeuse de produits de différentes marques, elle indique certes sur son site internet qu'elle travaille "en partenariat avec de nombreuses marques et

- 17/18 -

C/3329/2014 distributeurs", mais elle n'affirme pas travailler en partenariat avec toutes les marques concernées, ce qui pourrait être compris comme une agréation par chaque titulaire de chacune des marques en question. Bien au contraire, dans ses conditions générales, consultables sur son site internet, l'intimée indique avoir "choisi de ne pas être systématiquement membre des réseaux de distribution officiels pour certains articles, notamment des marques [suivent plusieurs noms de marque, dont celui de l'appelante]".

Enfin, l'appelante ne soutient pas ni ne démontre que l'intimée aurait offert, promis ou octroyé un avantage indu à ses fournisseurs européens.

Dans ces conditions, le comportement de l'intimée n'est pas déloyal et, partant, c'est à bon droit que le premier juge a nié en l'espèce une violation de la LCD.

Le jugement entrepris sera dès lors confirmé.

#### **E. 7.1**

Les frais judiciaires d'appel seront arrêtés 2'000 fr. (art. 95 al. 2, art. 96 CPC, art. 19 al. 3 LaCC, art. 17, 35 RTFMC). Ces frais seront mis à la charge de l'appelante, qui succombe. Ils sont compensés avec l'avance correspondante qu'elle a fournie et qui reste acquise à l'Etat (art. 111 al. 1 CPC).

#### **E. 7.2**

L'appelante sera également condamnée aux dépens de l'intimée, lesquels seront arrêtés à 11'484 fr., débours et TVA compris (art. 95 al. 3 let. a et b, art. 96 CPC; art. 85 et 90 RTFMC; art. 20 al. 1, art. 25, 26 al. 1 LaCC), la Cour tenant notamment compte de l'activité du conseil de l'intimée en deuxième instance, telle qu'elle résulte des notes d'honoraires produites par celle-ci, qui ne paraissent pas en inadéquation avec le dossier et qui ne sont pas contestés par l'appelante. \* \* \* \* \*

- 18/18 -

C/3329/2014 PAR CES MOTIFS, La Chambre civile : A la forme : Déclare recevable l'appel interjeté le 2 mai 2016 et irrecevable l'appel interjeté le 14 décembre 2016 par A\_\_\_\_\_ SAS contre le jugement JTPI/3872/2016 rendu le 21 mars 2016 par le Tribunal de première instance dans la cause C/3329/2014-5. Au fond : Confirme ce jugement. Déboute les parties de toutes autres conclusions. Sur les frais : Arrête les frais judiciaires d'appel à 2'000 fr., les met à la charge de A\_\_\_\_\_ SAS et les compense avec l'avance fournie, qui reste acquise à l'Etat de Genève. Condamne A\_\_\_\_\_ SAS à payer à B\_\_\_\_\_ SA la somme de 11'484 fr. à titre de dépens d'appel. Siégeant : Madame Florence KRAUSKOPF, présidente; Madame Sylvie DROIN, Madame Ursula ZEHETBAUER GHAVAMI, juges; Madame Camille LESTEVEN, greffière.

La présidente : Florence KRAUSKOPF

La greffière : Camille LESTEVEN

Indication des voies de recours : Conformément aux art. 72 ss de la loi fédérale sur le Tribunal fédéral du 17 juin 2005 (LTF; RS 173.110), le présent arrêt peut être porté dans les trente jours qui suivent sa notification avec expédition complète (art. 100 al. 1 LTF) par-devant le Tribunal fédéral par la voie du recours en matière civile. Le recours doit être adressé au Tribunal fédéral, 1000 Lausanne 14. Valeur litigieuse des conclusions pécuniaires au sens de la LTF supérieure ou égale à 30'000 fr.

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