



ROBIC

+ DROIT
+ AFFAIRES
+ SCIENCES
+ ARTS

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE
DEPUIS 1892

IDENTIFIER ET PROTÉGER LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DANS LES VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES DE MODE AU CANADA

LAURENT CARRIÈRE*

«L'année prochaine, je travaillerai dans la haute couture»
dit Arthur à Marie-Julie.

—Louis Garrel, *Petit tailleur* (2010)

Introduction

1. Loi sur les dessins industriels (L.R.C. 1985, c. I-9)
 - 1.1 Qu'est-ce que c'est?
 - 1.2 En pratique qu'est-ce qui pourra donc être protégé?
 - 1.3 Les limites du dessin industriel
 - 1.4 Qui est propriétaire?
 - 1.5 Nature des droits
2. Loi sur le droit d'auteur (L.R.C. 1985, c. C-42)
 - 2.1 Pas de protection pour les idées
 - 2.2 Types d'oeuvres
 - 2.3 L'originalité
 - 2.4 Qui est l'auteur?
 - 2.5 Qui est le propriétaire?
 - 2.6 La protection du droit d'auteur et l'enregistrement
 - 2.7 Nature des droits
 - 2.8 L'exception de non-violation et les exceptions à cette exception
3. Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13)
 - 3.1 Qu'est-ce qu'une marque
 - 3.2 En quoi peut consister une marque
 - 3.3 Les formes
 - 3.4 Qu'est-ce qui n'est pas une marque
 - 3.5 Des droits qui naissent de l'emploi
 - 3.6 Ce qui est enregistrable
 - 3.7 Propriétaire
4. Loi sur les brevets (L.R.C. 1985, c. P-4)

Conclusion

© CIPS, 2012.

* Avocat et agent de marques de commerce, Laurent Carrière est l'un des associés principaux de ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce. Notes pour une allocution initialement présentée le 2011-09-09 lors du colloque «La mode sort ses griffes – Protecting Fashionable Intangibles» organisé par L'ALAI (Canada) dans le cadre de la Semaine de la mode. Publié à (2012), 24 :1 *Cahiers de propriété intellectuelle*. Publication 418.

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

Introduction

J'aurais voulu amorcer cette présentation de façon multimédia.

Par exemple, un extrait musical de

- *Fashion*, le hit de David Bowie («Scary Monsters (and Super Creeps)», 1980) ou encore
- *Les talons hauts* de Robert Charlebois («J'taime comme un fou», 1983) ou, pourquoi, pas
- *À la droite de Dior* d'Alain Chamfort («Une vie Saint Laurent», 2010).

Je vous rassure: c'est sans difficulté que j'ai résisté à un

- *Addidas* de Run-DMC («Raising Hell», 1986) car il est bien tôt le matin pour du rap! ou au
- *Fashion* de Lady Gaga («Confessions of a Shopaholic », 2009) car, en ce cas, c'est ma crédibilité/bon goût qui aurait pu en prendre un sérieux coup.

En guise d'introduction cinématographique, j'aurais pu procéder à un visionnement

- de *Prêt-à-porter*, le film de Richard Altman (1994) ou même
- de *Le diable s'habille en Prada* de David Frankel (*The Devil Wears Prada*, 2006), ou, qui sait
- du *Petit tailleur*, le court métrage trop peu connu de Louis Garrel (2010) ou encore
- *Brave Little Tailor*, le court métrage d'animation (en Technicolor, s'il-vous-plaît) de Walt Disney (1938) réalisé par Bill Robert et mettant en vedette Mickey Mouse (mais même un p'tit 8 minutes et 21 secondes c'est malheureusement trop long dans le contexte de cette allocution)
- d'une sélection de bandes-annonces de films portant sur la mode et son milieu
- mais certainement pas de *Knock Off* (1998), ce navet du réalisateur hongkongais Tsui Hark mettant en vedette Jean Claude Van Damme dans le rôle d'un créateur de mode qui doit faire cause commune avec un agent de la C.I.A. pour combattre des terroristes.

Et, dans le domaine de la télévision, faire référence à

- *What Not To Wear* (version américaine sur TLC animé depuis 2003 par Stacy London et Clinton Kelly)
- *Say Yes to the Dress* (toujours sur TLC, immense plogue publicitaire depuis 2007 pour le magasin de robes de mariées newyorkais Kleinfeld Bridal)
- *Ladette to Lady* (la série anglaise au nom évocateur sur ITV depuis 2005) ou encore
- aux défunts *The Fashionista Diaries* (ABC, 2007) et *Launch My Line* (Bravo, 2009-2010)

Sans compter les comedy drama *Ugly Betty* (2006-2010), *Sex in the City* (1998-2004) et *How to Make It in America* (2010-) ou même le sitcom *Veronica's Closet* (1997-2000).

J'aurais même osé vous lire quelques extraits

- du *Traité de la vie élégante* d'Honoré de Balzac (1830),
 - du *Vaillant petit tailleur (Le)* [au choix, dans la version conte des frères Grimm (1812), conte illustré de Disney (Deux coq d'or, 1975), bédé de Mazan (Pierre Lavaud, dit) (Delcourt, 1976) ou roman d'Éric Chevillard (Minuit, 2004)
 - de quelques doctes ouvrages sur la sociologie ou l'éthique de la mode, ou même, pourquoi pas,
 - du Manuel des normes de l'éco-socio-certification des vêtements et du textile (si, si, ça existe vraiment !),
- avec pour fond un diaporama en fondu enchaîné de l'évolution de l'habillement depuis 1482.

J'aurais ainsi étalé un vaste semblant de culture emprunté sans vergogne du web et démontré mon propos sur le caractère protéiforme de l'intérêt pour un «phénomène multifonctionnel» mais on m'a demandé de modérer mes transports et, sans écorner le budget du colloque, de m'en tenir à la protection des créations de mode au Canada.

Ma présentation sera donc mono-média!

La mode, un sujet d'actualité, s'il en est, ce que confirmerait une lecture récente des journaux.

Toutes auront soupiré devant la robe de mariage de Kate Middleton, robe à peine froissée par le CopyKate du «qui a copié qui»? La robe de l'Anglaise Sarah Burton pour Alexander McQueen ressemble-t-elle tant que cela à celle dessinée deux ans plus tôt par le Belge Gérard Watelet pour la [maintenant] princesse Isabella Orsini? De toute façon, l'une et l'autre n'étaient-elles pas inspirées de celle de Grace Kelly (1956)?

Et toutes ces copies bon marché de la robe de la princesse anglaise qui est venue nous visiter en juillet dernier.

Cette visite aura d'ailleurs permis de s'éclater sur des sujets aussi constitutionnellement élevés que «Kate Middleton royal tour of Canada in dresses» [quoique certains, voyeurs, auront d'emblée préféré la petite robe jaune virevoltante sous l'hélicoptère].

On aura tous lu, je le présume, sur les déboires américains de *Christian Louboutin c. Yves Saint Laurent* dans la saga des semelles rouges [778 F. Supp. 2d 445 (S.D.N.Y. 2011-08-11), en appel].

On aura également lu le revers anglais de *Lucasfilm c. Ainsworth* relativement à la protection du casque des stormtroopers impériaux de Star Wars [[2011] UKSC 39 (U.K. S.C.; 2011-07-27)].

Et, pour les abonnés aux listes de diffusion des Cours fédérales, l'une ou l'autre des récentes péripéties de Louis Vuitton et Burberry dans leur lutte pour réprimer des contrefaçons vancouveroises et torontoises de leurs sacs griffés [(95 CPR (4th) 297 (C.F.; 2011-06-27))].

Donc la mode est un sujet qui est d'actualité, même dans le domaine judiciaire.

La mode, ce sont les habitudes collectives et passagères en matière d'habillement.

La mode vestimentaire est un univers de paradoxes elle est utile ou futile, élitiste ou populaire, naturelle ou surfaite; elle est un produit ou une valeur immatérielle. Elle doit interpréter l'internationalisation des tendances et la régionalisation des goûts. Portée par les marques, elle s'impose; critiquée par la rue, elle compose. Porteuse des valeurs de luxe, elle veut se démocratiser: populaire, elle revendique sa créativité. Elle habille le corps et l'âme. Il n'est pas facile, dans ses conditions, d'en faire une radiographie rationnelle.

—Gilles FOUCHARD, *La mode*, collection Idées reçues (Paris: Le cavalier bleu, 2005), aux pages 9-10.

La mode (ou les modes), et plus précisément la mode vestimentaire, désigne la manière de se vêtir, conformément au goût d'une époque dans une région donnée. C'est un phénomène impliquant le collectif via la société, le regard qu'elle renvoie, les codes qu'elle impose et le goût individuel. [...] L'une

de ses caractéristiques vient de son changement incessant, incitant par là-même à renouveler le vêtement avant que celui-ci ne soit usé ou inadapté.

–WIKIPÉDIA sous l'entrée «Mode (habillement)».

Et, pour introduire le sujet, une citation:

Il n'y a plus de mode, rien que des vêtements.

–Karl LAGERFELD (1933-)

Et, pour la protection des créations de la mode, que ce soient vêtements, chaussures ou chapellerie, sacs et parapluies, bijoux et autres accessoires de la mode vestimentaire, tout un arsenal est disponible aux

- stylistes et modélistes,
- ingénieurs textiles,
- tailleurs, coupeurs et patronniers,
- brodeurs, denteliers et couturiers,
- modistes et plumassiers,
- créateurs et autres intervenants.

Il s'agira, on s'en doute, d'une question de moyens et de volonté mais également de stratégie et d'imagination.

Pour les fins de mon propos, je m'en tiendrai aux protections statutaires des lois fédérales canadiennes sur

- i) les dessins industriels,
- ii) le droit d'auteur,
- iii) les marques de commerce, et
- iv) si, on en a le temps, ce dont je doute fortement, les brevets.

C'est volontairement que j'exclurai de mon survol (surtout que je n'ai pas de prétentions à l'exhaustivité) les protections non-statutaires qui pourraient découler du délit de substitution, de l'abus de confiance ou d'un bris de contrat et que j'éviterai bien prudemment de m'engager sur l'à-propos de campagnes publicitaires telles «Fakes are never in Fashion» du magazine «à complexes» Harper's Bazaar [http://fakesareneverinfashion.com/buzz_on_fakes.asp] ou de fournir un avis sur des questions existentielles comme «La mode doit-elle être protégée?», «La copie, c'est la démocratisation de la mode» et autres propos propres aux blogues sur le sujet [<http://canadafashionlaw.blogspot.com/>].

J'ajoute d'emblée que ces protections statutaires s'emboîtent et, parfois, peuvent être cumulées, ce qui maintient un flou artistique pour le plus grand bonheur des juristes.

Une réserve: c'est un tour d'horizon dans un temps limité, sinon même très limité, et uniquement en droit canadien. Je dresse également la table pour les autres conférenciers, dont ma collègue Irene Calbolli qui fera, je nous le souhaite, une

analyse beaucoup plus pointue (et illustrée!) de droit comparé et prospectif (notamment sur le *Innovative Design Protection and Piracy Protection Act - IDPPPA* américain) qui, depuis le 2011-08-25 est étudié par le Sous-comité de la Propriété intellectuelle, Concurrence et Internet du Comité judiciaire du Sénat américain. Et je laisserai à d'autres le soin de discuter de l'incidence du modèle communautaire.

1. Loi sur les dessins industriels (L.R.C. 1985, c. I-9).

En résumé – In a nutshell

- Vise la protection du design original d'un objet.
- Doit être enregistré pour être protégé.
- Durée de protection limitée à 10 ans.
- Taxe d'enregistrement 400\$ + taxe de maintien 350\$.

What the movement to casual dress may signify is a recession of theatricality as a mode of organizing social interactions, together with a rising cost of time (it takes longer to select, dress in, and undress from formal dress) [...] We would expect [...] a movement to casual dress because formal dress is less comfortable and generally more expensive, especially when time costs are figured in.

—Richard A. POSNER, *Public Intellectuals: A Study of Decline* (Boston: Harvard University Press, 2001), aux pages 308-309)

[A]s critics of casual days have emphasized, deciding what to wear takes more time, and is more stressful, when guidelines are gone.

—Erik M. JENSEN, *Law School Attire; A Call for a Uniform Uniform Code* (2007), 33 Oklahoma City University Law Review 419, à la page 439, note 116.

1.1 Qu'est-ce que c'est?

Un dessin industriel concerne les caractéristiques visuelles relatives :

- à la forme,
- à la configuration,
- au motif,
- aux éléments décoratifs, ou
- à une combinaison de ceux-ci

appliquées à un produit fini

- fabriqué à la main ou
- à l'aide d'un outil ou d'une machine.

Le dessin ne doit pas résulter de la fonction ou de l'utilité même de l'article: seules les caractéristiques ornementales, d'un vêtement par exemple, pourront être protégeables au titre de dessin industriel.

Le dessin doit posséder des caractéristiques visant à capter l'intérêt visuel.

« dessin »

Caractéristiques ou combinaison de caractéristiques visuelles d'un objet fini, en ce qui touche la configuration, le motif ou les éléments décoratifs.

« design » or « industrial design »

means features of shape, configuration, pattern or ornament and any combination of those features that, in a finish, should appeal to and are judged solely by the eye.

Forme et configuration font appel à un objet tridimensionnel. La *forme* fait référence à l'aspect extérieur de l'objet alors que la *configuration* fait plutôt référence à l'organisation des composantes, leur arrangement (qui pourra donner lieu à la forme).

- la forme d'un chapeau (on pourrait penser ici au haut-de-forme du chapelier fou dans *Alice au pays de merveilles*, au chapeau de groom de Spirou ou encore aux bibis que l'on voit aux hippodromes de Ascot ou de Chantilly).
- Pour ce qui est d'une configuration, imaginons une superposition de nervures sur un chapeau qui lui donneront sa forme.

Motifs et éléments décoratifs sont quasi synonymes et font appel à la bi-dimensionnalité: c'est quelque chose qui est apposé sur l'objet.

Un motif est souvent constitué d'éléments répétitifs. Un motif peut être décoratif mais toutes les décorations ne forment pas un motif. Ainsi, la broderie d'un pingouin sur la poche d'une chemise est un élément décoratif. Par contre, la répétition de ce même pingouin sur toute la surface de la chemise, c'est alors un motif.

Un article peut exister sans motifs ou ornements mais il ne peut exister sans forme ou configuration.

1.2 En pratique qu'est-ce qui pourra donc être protégé?

Les caractéristiques visuelles d'un objet fini, soit :

- un motif répétitif appliqué à un sac à main (un sac griffé)
- la forme d'un chapeau ou d'une robe (la robe parapluie de Bouchard)
- une décoration appliquée à une chemise (un personnage de manga sur une cravate)
- une broderie (l'une de celles de René Derhy ou sur vos nappes des grandes occasions)
- les caractéristiques visuelles d'une chaussure de course (ici, il y en a «un char et une barge» et pour le grand sportif que je suis ce n'est pas facile de s'y reconnaître).

Mais ne seront pas protégés par dessin industriel :

- le matériau dont est faite une jupe ou
- le mode de fermeture ou d'attache d'un sac à main.

Et c'est quoi un objet fini? Cela fait référence à un objet physique par rapport à une idée et l'objet fini ne se limite pas à un objet utilitaire mais inclut également le support d'une œuvre.

Et les caractéristiques visuelles? Le texte anglais fait référence à « appeal to and are judged solely by the eye ». [Celles-ci seront appréciées du point de vue d'un consommateur averti.]

Il faudra, on s'en doute, que le dessin soit discernable à l'œil. En effet, si le motif est invisible du consommateur, il ne peut pas être ornemental. Donc une constellation de minuscules étoiles sur un tissu qui ne serait visible qu'à la loupe ne se qualifierait pas. Non plus d'ailleurs qu'un dessin qui serait caché à l'intérieur d'une doublure (et non la doublure elle-même qui, elle, se voit).

Et ce qui constitue le dessin c'est le motif et non l'effet de ce motif. Par exemple, un effet réfléchissant résultant de la réfraction de la lumière sur des bandes posées sur un sac, ne serait-ce qu'à cause du caractère éphémère et fluctuant, ne se qualifierait pas de dessin. Par contre, les bandes elles-mêmes pourraient l'être, sans référence toutefois à l'effet.

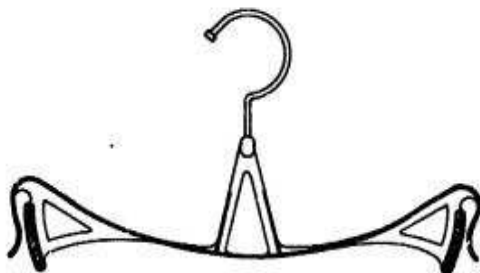
1.3 Les limites du dessin industriel

Les caractéristiques résultant

- uniquement de la fonction utilitaire d'un objet utilitaire
- les méthodes ou principes de réalisation d'un objet

ne sont pas protégeables par dessin industriel.

Un objet utilitaire c'est un objet qui a une fonction autre que de servir de substrat à une œuvre artistique ou littéraire. Cela comprend les modèles et les maquettes de ceux-ci.



Mainetti

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874



E.R.A.

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

D.I. 39608 de 1975

D.I. 44959 de 1979

Un dessin peut être appliqué à un objet utilitaire mais ce dessin ne doit pas avoir uniquement une fonction utilitaire (par exemple, des pinces à l'extérieur d'un cintre à jupes, c'est pas mal fonctionnel et, judiciairement, cela aura conduit à l'invalidation des dessins industriels qui s'y rapportaient):

The facts of the present case are unusual in that the hangers are not only not sold to the general public, but they are not even visible until removed from the skirt which is hung on them. They are then either thrown away by the vendor or, if given to the purchaser with the garment, they are first seen by the purchaser at the time when the garment is removed from them. All the ornamentation and design on the ends of the hangers is hidden under the skirts until they are removed with only the top of the clip on each end showing, and of course the centre hook. The arms of the hanger and the designs on the ends of the arms leading to the hooks remain hidden under the skirt when it is hung on them *and it is the function of the design and the spring which the arms provide which holds the skirt out flat for better display free of sagging and wrinkles*. It is reasonable to conclude that not even the dress manufacturers themselves who buy these hangers to display and sell the skirts on them have any but the slightest interest in the ornamental design at the ends of the arms. There is a clear distinction to be made, therefore, between ornamental design applied to such hangers and designs applied to objects such as chairs, water pitchers, teapots, and perhaps even tent pegs which are visible in use, the artistic design of which may appeal to a purchaser quite aside from the useful function which they serve.

I find therefore that both designs are primarily functional and that a hanger of this sort, where the more significant design features are hidden and which is not intended to be admired by or sold to the public at large in any event, should not have been subject to industrial design registration and should be expunged from the register pursuant to s. 22(1) of the Industrial Design Act. [Mainetti S.P.A. c. E.R.A. Display Co. Ltd. (1984), 80 CPR (2d) 206 (C.F.P.I.; 1984-03-15), le juge Walsh à la page 226; les italiques sont nôtres.]

Cette limite ne s'applique pas à un dessin qui, quoique apposé à un objet utilitaire, n'a pas de fonction uniquement utilitaire. Par définition, un vêtement est utilitaire mais le motif floral qui peut être apposé sur celui-ci, lui, aura, plus souvent qu'autrement, une fonction uniquement décorative.

L'autre limite c'est l'originalité. Pour être original, il doit y avoir des différences marquées entre le dessin que l'on veut protéger et les dessins préexistants, ce qui s'évalue visuellement.



The design is merely a trade variant of what has gone before.

This jurisprudence demands a higher degree of originality than is required with regard to copyright. It seems to involve at least a spark of inspiration on the part of the designer either in creating an entirely new design or in hitting upon a new use for an old one. It should be noted that one of the dictionary definitions of "original" is "novel in character or style, inventive, creative" [*Bata Industries Ltd. c. Warrington Inc.* 5 CPR (3d) 339 (CFPI, 1985-03-27), la juge Reed à la page 347; les italiques sont nôtres.]

Pourra être originale une nouvelle application d'un dessin ancien (par exemple, la reproduction du patriote d'Henri Julien («Montreal Daily Star», 1888) sur des boucles d'oreilles ou un sac à main.

Sera aussi originale la nouvelle application d'une combinaison de vieux dessins, même dans le domaine public. Par exemple, le premier personnage de Bécassine (Annaïck Labornez, dite) sur des cravates; la combinaison de tous les costumes de Bécassine, en rond, sur des sacs à main. C'est en effet le dessin, considéré comme un tout ornemental, qui sera alors protégé.

Et, condition d'importance, au Canada, le dessin ne doit pas avoir été publié depuis plus d'un an en quelque pays que ce soit lors de la production de la demande au Canada.

1.4 Qui est propriétaire?

L'auteur est le premier propriétaire du dessin sauf si l'auteur

- a exécuté ce dessin
- pour une autre personne
- contre contrepartie onéreuse [en anglais: «good and valuable consideration»].

Ici, on peut comparer la disposition avec celle de la *Loi sur le droit d'auteur* qui, elle, précise que la considération doit avoir été payée...

Un enregistrement de dessin industriel peut se céder, en tout ou en partie. Il peut également faire l'objet de licences.

1.5 Nature des droits

L'enregistrement d'un dessin industriel donne à son titulaire le droit exclusif au Canada de

- fabriquer
- importer à des fins commerciales
- vendre
- louer
- offrir en vue de vente
- offrir en vue de location
- exposer en vue de vente
- exposer en vue de location

un objet

- pour lequel un dessin a été enregistré ou
- différentes versions importantes de celui-ci.

[On aura ici noté la similarité entre l'alinéa 11(1)a) de la *Loi sur les dessins industriels* et le paragraphe 3(1) de même que les alinéas 27(2)a) et 27(2)c) de la *Loi sur le droit d'auteur*.]

Encore une fois, le droit exclusif est acquis par l'enregistrement du dessin; il n'y a pas de telle chose qu'un dessin industriel non-enregistré.

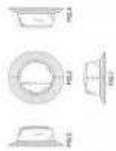
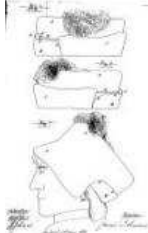
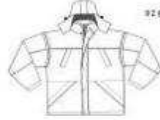
La protection est de 10 ans à compter de l'enregistrement sous réserve d'une taxe de maintien payable à l'expiration de la cinquième année de l'enregistrement. Une fois la protection du dessin expirée, le dessin tombe dans le domaine public et son utilisation est ouverte à tous, du moins en ce qui a trait au dessin qui était protégé par ce dessin industriel..

Et l'exploitation du dessin industriel n'est pas une obligation préalable à son enregistrement ou au maintien de celui-ci pour son plein terme ou à l'institution de procédures en violation.

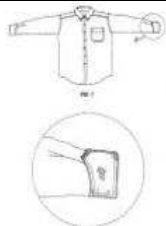
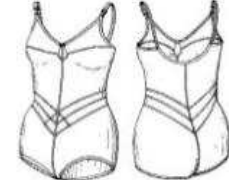
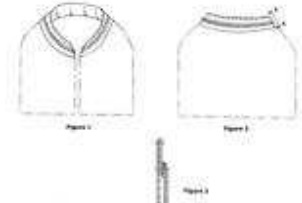
Tout cela c'est bien beau et bien théorique. Examinons le registre du dessin industriel pour voir ce qui a fait l'objet d'enregistrements. Selon la classification, ce qui serait d'intérêt relèverait de la classe 6 (vêtements), 26 (tissus et textiles), 58 (bijoux) et 223-225 pour les sacs.

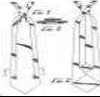
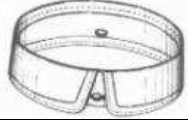
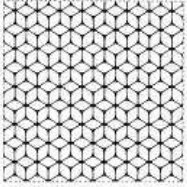
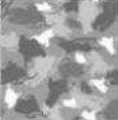
Illustrons (avec des mots et un appel à vos souvenirs, réels ou inventés)

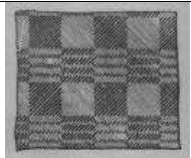
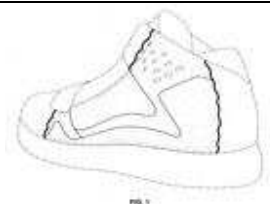
Chapeaux				006-04-01
----------	--	--	--	-----------

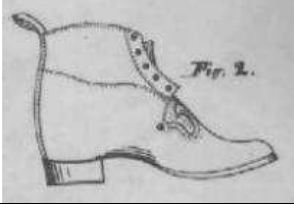
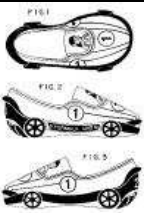
131204	chapeau	Gongshow	2010	
111465	chapeau anti-moustique	St-Germain	2007	
73050	casquette	Yupoong	1993	
773	chapeau de fourrure d'hiver pour femmes	Colman	1887	
Vestes				006-03-05
137500	veste	Nike	2011	
134751	veste	Lululemon	2010	
92684	veste	Benisti	2001	

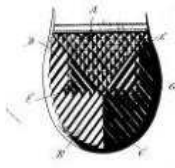
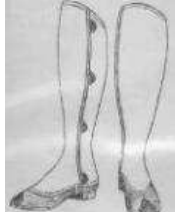
2100	veste pour employé	Wilkins	1903	
Robes				006-03-01
123042	robe parapluie	Bouchard (également objet, on le verra d'un enregistrement de droit d'auteur et d'un enregistrement de marque de commerce)	2008	
110747	chemise de nuit	Bénard	2007	
47475	chasuble	Slablinck	1980	
19192	robe	Faith Gow	1953	
Chemises				006-03-03
133089	maillot de sport	Nike	2010	
97891	chemise	Dornbierer	2004	

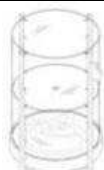
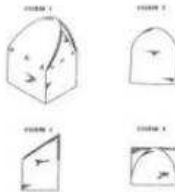
95983	chemise	Hatco	2003	
1205	blouse	Hayward	1895	
Corsets et gaines				006-02-03
103663	soutien-gorge	Lightning ²	2004	
42359	sous-vêtement pour femmes	Strouse, Adler	1977	
29910	gaines pour femme	Sarong	1967	
1454	corset	Horne	1898	
Partie de vêtements				006-01
134993	pochette	Ben Sherman	2010	
107190	col rond avec double ligne	Canada Sportswear	2005	

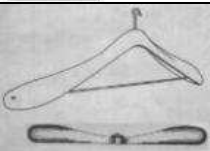
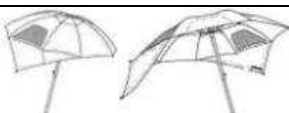
80195	revers de gilet	Chromalloy	1997	
64249	bordure de vêtement	Adidas	1989	
Tours de cou				006-06
128084	écharpe	Villeneuve	2009	
116108	nœud papillon	Grison	2007	
91523	cravate	Reed	2001	
2368	col	Arlington	1905	
Tissu				026-04
137628	doublure pour vêtement	Columbia Sportswear (cubes tridimensionnels)	2011	
126833	tissu de camouflage	Majerfeld (saison de la chasse! Mais aurait sans doute pu se qualifier comme marque de commerce ou droit d'auteur, comme on le verra plus tard)	2009	

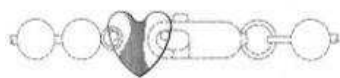
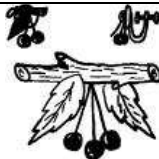
69206	motif	Guidi	1991	
4671	tartan	Monarch	1919	
Bottes				006-05-02
138086	Jeststream Boot	DKH	2011	
133558	botte	Deckers	2010	
125772	botte	Wolverine	2009	
91063	botte	ZM	2000	
Souliers				006-05-03
138724	soulier	Nike (qui squatte le registre du dessin industriel avec plus de 1700 entrées de toutes sortes)	2011	

128209	soulier	Crocs (pour peu que vous fréquentiez les hôpitaux)	2009	
128046	chaussure	Lacoste	2009	
373	soulier	Boirin	1880	
Souliers – Formes simulées				006-05-03-06
126252	chaussure	Vibram	2009	
62225	soulier pour enfant	Quality	1989	
36418	chaussure	Newfeld	1973	
16989	soulier	Trimfoot	1949	
Semelles				006-05-04

138723	semelle	Nike	2011	
133196	semelle	Columbia Sportswear	2010	
41199	semelle	Bata	1976	
869	semelle	Freagant	1900	
Chaussettes				006-05-06
139951	chaussette	Columbia Sportswear	2011	
132465	chaussette	X-Technology	2010	
17847	bas	Burlington	1950	
1377	guêtres	Horne	1898	
Sacs				221-10
132136	sac à main	Hermès	2010	

114647	sac à poignées	Harveys	2007	
109175	sac à main	Gucci	2006	
724	sac d'école	Edwards	1888	
Contenants				002-02-02
131443	présentoir	Effigi	2010	
113050	emballage pour vêtement	Paris Genève	2007	
70731	cartonnage pour bonneterie (L'Eggs»)	(Hanes) Sara Lee/HL (forme d'un demi-cœur, également l'objet d'un signe distinctif)	1992	
37305	sac et rabat (avec volet transparent)	Dim	1973	
Cintres				044-01-02

138018	carrousel de rangement	Pro-Mart	2011	
129195	cintre de sous-vêtements à 5 volants	Spotless plastics	2009	
128274	cintre multi-section	Ingenious designs	2009	
3308	coat hanger	American Block Hat	1912	
Parapluie ¶ Motifs sur la toile du parapluie (par exemple cette série de balles/ballons de sport) ¶ Forme de la toile ¶ Forme de la poignée (tête de bâton de golf ou animal)				
137715	parapluie avec matériel réfléchissant	Shedrain	2011	
133272	parapluie	Elder	2010	
67685	parapluie	Umbrella industries	1990	
2040	porte parapluies	McClean	1902	

Bijoux				058-01
91589	chaînon de fermoir pour bijou	Gervais	2001	
79116	broche	Fortin	1996	
41909	bijou couvre-ongle	Guebtin	1977	
15034	assortiment broche et vis d'oreille	St-Prosper	1946	

2. Loi sur le droit d'auteur (L.R.C. 1985, c. C-42)

En résumé – In a nutshell

- Vise la protection de l'expression originale d'une idée.
- Durée de protection: vie de l'auteur plus 50 ans à compter de l'expiration de l'année civile de son décès.
- Droit quasi-mondial naissant de la simple création.
- Enregistrement facultatif.
- Taxe d'enregistrement de 50\$, sans renouvellement.

La mode, m'en crisse. C'est la haute couture ou rien. La haute couture, je veux bien, comme laboratoire et comme cour à scrap des modes. Je ne veux pas voir des mannequins porter des vêtements qui pendouilleront la prochaine année dans les 23 garde-robes des 23 bonnes femmes les plus riches de la Haute-Yamaska. Je veux voir des mannequins porter des robes qu'on accrochera au mur comme des Van Gogh. Je veux que les robes soient coupées par des alchimistes, pas par des diplômés du collège LaSalle.

Des alchimistes qui habillent des émotions, l'amour, la nuit, l'espoir, la mer, la douleur, la fragilité. Et chaque fois, je veux voir dépasser le jupon de la poésie en soie sauvage.

—Pierre FOGLIA, *Le jupon de la poésie* [2011-09-24] La Presse, Plus-3

2.1 Pas de protection pour les idées

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

Le droit d'auteur, on le sait, ne protège pas une idée ou un concept mais plutôt l'expression de ceux-ci sous une forme matérielle quelconque.

Ce n'est pas l'idée d'un motif floral qui sera protégé mais le rendu de ce motif floral. Ce n'est pas l'idée «[de] la réutilisation d'un objet dysfonctionnel en quelque chose d'élégant.» (–Claude Bouchard) comme un vêtement fait avec de la toile de parapluie ou des cravates qui sera protégée mais le rendu de cette idée.

2.2 Types d'oeuvres

La loi prévoit 4 types d'œuvres : artistiques, dramatiques, littéraires et musicales. La pertinence de chacune d'elles au domaine de la mode n'est pas évidente mais on peut s'y essayer (ne serait-ce que pour démontrer ma proposition initiale sur l'importance de l'élaboration d'une stratégie «ingénieuse» de protection, parfois hors des sentiers battus).

Artistique:

- les croquis, patrons et prototypes: un motif du vêtement, par exemple
 - la broderie BARBITAL de René Derhy [Grosse frustration! L'exhibit P-13A a été retiré du dossier 500-09-005144-977 (*Greenberg c. Derhy*) 37 C.P.R. (4th) 305 (C.A. Qué; 2004-03-15) et le produit a été discontinué alors aujourd'hui pour savoir ce en quoi consistait cette fameuse broderie...
 - les corbeaux de la vancouveroise Dorothy Grant ou
 - le tartan du Yukon
- ou le vêtement lui-même, par exemple
 - la robe parapluie de Claude Bouchard [DA 1053688 publiée en 2007] ou
 - les peignoirs tel le # 720 *wrap around bias robe* (ou l'une d'elles) de Patricia Fieldwalker [DA 1011825 publiée en 2002].

Dramatique?

La chorégraphie d'un défilé de mode (par hypothèse, ça serait quand même plus que le simple dandinement des mannequins) ou encore sa simple fixation cinématographique.

Littéraire?

Les notes d'un styliste sur les idées et thèmes à partir desquels il travaille (attention: ce qui sera protégé c'est le rendu graphique, mots ou dessins, pas l'idée ou le *feeling*).

Plus prosaïquement, ça pourra être un *trend book* – cahier de tendances comme ceux de Nelly Rodi ou de Pecleres.

Musicale?

Une chanson originale accompagnant un défilé; une mélodie caractéristique déclenchée par le fermoir d'un sac à main ou, encore, l'impression de phrases ou partitions musicales sur un vêtement.

2.3 L'originalité

La créativité est l'art de dissimuler ses sources.
Creativity is the art of concealing your source.
– Gabrielle BONHEUR, dite Coco Chanel (1888-1971)

Le critère de protection sera l'originalité de l'œuvre.

Et l'originalité, en matière de droits d'auteur, n'est pas synonyme de nouveauté ou d'inventivité ou de mérite artistique.

Une œuvre est originale, pour les fins de la *Loi sur le droit d'auteur*, si elle émane d'un auteur et si elle n'est pas la copie d'une autre œuvre (ce qui n'empêche pas de s'inspirer des travaux des autres).

L'œuvre doit être le produit de l'exercice du talent et du jugement d'un auteur, c'est-à-dire, le recours

- aux connaissances personnelles
- à une aptitude acquise
- à une compétence issue de l'expérience
- au discernement
- à la capacité de se faire une opinion (et de sélectionner).

Il est donc possible que:

- Deux œuvres identiques soient originales si les auteurs n'ont pas copié l'un sur l'autre (cela pourra dépendre du thème ou des sources communes). Par exemple, le cœur, symbole de l'amour pour les robes de St-Valentin! (Je sais, je sais, il y a beaucoup de façons de rendre un p'tit cœur mais à moins d'une représentation anatomiquement correcte –et quelque peu rébarbative– la représentation convenue est celle que l'on trouve généralement sur les jeux de cartes et s'obtient par la sélection du bon casseau des caractères Unicode (2661 pour le cœur blanc, 2662 pour le cœur noir, 2766 pour le cœur floral, etc.; mal pris, on peut même recourir au «plus petit que 3»!)

- En autant qu'il soit suffisamment original, le fait qu'un dessin ou un croquis emprunte des éléments au domaine public (i.e., non protégés) n'invalide pas la protection.

On pourra ici comparer la protection que donne un dessin industriel à une œuvre tombée dans le domaine public mais appliquée à un nouveau médium et le droit d'auteur qui ne protège pas une œuvre tombée dans le domaine public, peu importe la façon dont elle est utilisée (i.e., la reproduction d'une peinture de Léonard de Vinci sur des ceintures pourrait être protégée par dessin industriel mais pas par droit d'auteur).

(Pour compliquer les choses: *La Joconde* de Léonard de Vinci est dans le domaine public et n'est plus protégée; par contre, celui qui prend une photo de la Joconde est propriétaire de l'œuvre artistique qu'est la photographie qui, elle, est protégée et confère à son auteur le droit exclusif d'en permettre la reproduction).

- Enfin, une compilation d'éléments du domaine public peut elle-même attirer protection à titre de compilation.

2.4 Qui est l'auteur?

Celui qui crée, qui met la main à la planche à dessin et non pas celui qui donne des idées ou «dirige le trafic».

Cela est parfois difficile à évaluer, particulièrement lorsqu'un chef d'atelier/directeur de collection intervient beaucoup (sinon beaucoup trop au goût du dessinateur) pour corriger/ajuster un dessin technique ou le tombé d'une robe.

Il pourra y avoir œuvre de collaboration lorsque l'apport de chacun des intervenants/créateurs ne peut se distinguer, c'est-à-dire qu'il en résulte une œuvre dont on ne peut reconnaître la partie propre à chacun de ses auteurs (donc deux auteurs ou plus pour une même œuvre). Pour qu'il y ait œuvre de collaboration, deux conditions doivent être réunies: i) l'apport doit relever de la composition et non des idées et ii) la contribution doit être significative, mais pas nécessairement identique ou d'importance égale.

2.5 Qui est le propriétaire?

Tout comme pour le dessin industriel, l'auteur est le premier titulaire du droit d'auteur. Si l'auteur est dans une situation d'emploi, à moins d'avis contraire, c'est l'employeur qui sera propriétaire des droits d'auteur et ce, sans qu'il soit nécessaire de procéder par voie de cession. Autrement, l'auteur, même payé pour son apport créatif, demeure propriétaire du droit d'auteur.

Une situation particulière: la création pour la Couronne. En pareil cas, c'est sa Majesté la Reine qui, à moins d'entente au contraire, est titulaire des droits d'auteur. Dès lors, ceux qui seront appelés à dessiner les nouveaux uniformes des Forces armées royales canadiennes devront en tenir compte.

Contrairement au mythe, hors les situations d'emploi ou visant la Couronne, ce n'est pas parce qu'un créateur-pigiste est payé pour ce qu'il a fait qu'il perd la propriété de ses droits ou, inversement, que celui qui a payé pour le travail ne devient pas nécessairement propriétaire des droits d'auteurs dans l'œuvre. Et le monde de la mode ne fait pas exception à ce principe de l'auteur premier titulaire du droit d'auteur.

À moins d'une cession écrite, faut-il le rappeler, le créateur conserve ses droits. Au mieux, paiement des honoraires à un pigiste ne donnera droit qu'à une licence limitée d'exploitation pour qui a payé. Si un créateur-pigiste crée des broderies destinées uniquement à des sacs à main, il pourra intervenir advenant que ces broderies soient aussi utilisées pour des vêtements.

La question de la propriété des droits, comme bien d'autres, dépend souvent du *situs* de la création ou de la conclusion du contrat. Ce que je décris est propre à la situation canadienne et ne correspond pas, par exemple, à la situation française ou américaine.

Et même si employé ou cédant, indépendamment de la propriété des droits d'auteur dans l'œuvre, le créateur gardera ses droits moraux dans cette œuvre par opposition aux droits d'exploitation économique de celle-ci. Les attributs du droit moral, au Canada, sont

- le droit à la revendication de création [je suis l'auteur!] et
- le droit à l'intégrité [non-modification de l'œuvre] ou association à une cause, si préjudiciable à la réputation du créateur. Typiquement un dessin signé qui serait dénaturé lors de la reproduction sur l'objet auquel il est appliqué.

2.6 La protection du droit d'auteur et l'enregistrement

La protection du droit d'auteur s'obtient du seul fait de la création, sans nécessité d'enregistrement.

Au Canada, il est cependant possible d'obtenir l'enregistrement du droit d'auteur, ce qui permet de bénéficier de certaines présomptions dans le cas de procédures judiciaires.

Par contre, le système canadien, contrairement au système américain, ne demande pas que l'œuvre sur laquelle on veut enregistrer des droits d'auteur soit produite auprès du registraire du droit d'auteur pour les fins de l'enregistrement. Lorsque l'on fait une recherche dans la base de données de l'Office de la propriété intellectuelle du

Canada, cela donne des situations où les œuvres protégées ne correspondent, somme toute, qu'à un titre, par exemple

- *T-shirt*, œuvre artistique de Jean-Louis Tremblay
- *Clothing*, œuvre artistique de Jijy Badee
- *Clothing/apparel*, compilation d'œuvres artistiques de Richard Forbes
- *Chapeau à faces trapézoïdales T-Cask*, œuvre artistique de Gyslain Sylvain
- *2 personnages habillés en sacs-ordures*, œuvre artistique de Jean Beaulnes
- *Cancer Ribbon with robe-hood and Ribbon hands positioned as arms up and ready to fight*, œuvre artistique de Hilary Walls
- *The Magic Dress*, œuvre artistique de Martin Helse
- *Little Black Dress*, œuvre artistique de Gena Kling [qui d'entre vous, mesdames (ou peut-être messieurs) n'a pas dans sa garde-robe la jolie petite robe noire passe-partout? Alors pour savoir ce à quoi correspond vraiment cet enregistrement, c'est tintin!]

Et la durée de protection au Canada est la vie de l'auteur plus 50 ans à compter de l'expiration de l'année civile de son décès.

Attention: prendre note que cette durée de protection est différente selon les pays et variera dans le cas d'œuvres de collaboration.

2.7 Nature des droits

Le droit d'auteur est un faisceau de droits qui comporte, entre autres, le droit exclusif

- de produire ou reproduire la totalité ou une partie importante de l'œuvre sous une forme matérielle quelconque
- et le droit d'autoriser ces actes.

Le droit existe, rappelons-le, de par la simple création et n'est pas assujéti à quelque formalité de dépôt ou obligation d'exploitation pour que son titulaire soit admis à en réprimer violation.

C'est un droit qui peut se démembrer quasi à l'infini (territoire, média, etc.), selon l'imagination du titulaire, par cession, totale ou partielle, ou licence.

Le droit d'auteur semble donc le mode idéal de protection pour les articles de mode. Cela serait trop beau.

2.8 L'exception de non-violation et les exceptions à cette exception

Il faut maintenant parler, même brièvement, de l'article 64 de la *Loi sur le droit d'auteur*. Cet article, pénible de lecture, fait à lui seul deux pages pleines dans les «statuts», en 429 mots dans sa version française et 509 dans sa version anglaise!

L'exception.

Résumé: Lorsqu'un dessin est tiré d'une œuvre artistique et appliqué à un objet utilitaire pour lequel il y a plus de 50 exemplaires, *tough luck*, mais la reproduction non autorisée de ce dessin par un tiers ne constituera pas une violation du droit d'auteur.

Développons.

Cet article pose pour principe qu'il n'y a pas de violation

- du droit d'auteur ou
- des droits moraux

sur

- un dessin appliqué à un objet utilitaire ou
- sur une œuvre artistique dont le dessin est tiré

ni le fait de reproduire

- ce dessin ou
- un dessin qui n'en diffère pas sensiblement

par

- réalisation de l'objet ou
- reproduction graphique ou matérielle de celui-ci ou
- en effectuant un acte réservé exclusivement au titulaire du droit d'auteur

ni le fait d'accomplir avec un objet ainsi réalisé un acte réservé au titulaire

pourvu que l'objet, de par l'autorisation du titulaire du droit d'auteur au Canada ou ailleurs à l'étranger

- soit reproduit à plus de 50 exemplaires ou
- si planche, gravure ou moule, serve à la production de plus de 50 objets utilitaires.

Pour les fins de cet article, un dessin ce sont les caractéristiques [visuelles] ou une combinaison de caractéristiques visuelles d'un objet fini en ce qui touche

- la configuration
- le motif
- ou les éléments décoratifs.

Attention, le paragraphe 64(2) de la *Loi sur le droit d'auteur* ne vise que la violation ou non du droit d'auteur et non l'existence même du droit d'auteur.

Une robe, pour esthétique qu'elle soit, est un objet utilitaire. Une robe (ou son patron) est protégée par droit d'auteur. Si la robe n'est pas reproduite à 50 exemplaires, il pourra y avoir violation du droit d'auteur. Si le patron n'est pas destiné à servir à la reproduction à plus de 50 exemplaires de la robe, il pourra y avoir violation. Ce n'est que lorsqu'il y a plus de 50 exemplaires que l'exception de non-violation entre en jeu.

Ne seraient sans doute pas visées par cette exception de non-violation les créations flyées de Jean-Paul Gaultier et compagnie puisque non-destinées à une telle reproduction; idem quant aux créations du cordonnier Giaconelli Mateotti dans *Les chaussures italiennes* de Henning Mankel (Paris: Seuil, 2009) [«Ça doit revenir cher, ai-je dit. Quand une chaussure accède au rang de joyau...»]. En pareil cas, l'exception ne s'appliquerait pas, il y aurait violation.

Qu'est-ce qu'un objet utilitaire, spécialement dans le domaine de la mode?

- vêtements, chaussures, chapellerie,
- sacs
- bijoux
 - épingles à cravate, boutons de manchette et boutons de plastron de smoking
 - montres
 - bagues, colliers, bracelets [ces trois derniers produits demeurant sujets de discussion].

C'est un objet remplissant une fonction utilitaire (y compris tout modèle ou toute maquette de celui-ci).

Une fonction utilitaire, c'est la fonction d'un objet autre que celle de simple support d'un produit artistique ou littéraire.

Quaere. Un dessin particulier destiné à être appliqué à un objet utilitaire et cet objet est fabriqué à plus de 50 exemplaires. L'exception devrait jouer. Toutefois, est-ce qu'il y aura violation du droit d'auteur si un tiers applique ce dessin à un objet utilitaire qui, lui, n'a jamais été reproduit à plus de 50 exemplaires.

Par exemple, le dessin d'une robe mais qui peut également servir de pochette ou de cravate, de catogan ou garniture de poignée.

Quaere. Avant 1988, c'est l'intention de produire à plus de 50 exemplaires qui déterminait ou non la protection [à l'époque, ce n'était pas encore une exception mais plutôt une exclusion de protection].

On pensait sans doute que d'éliminer la preuve d'intention allait faciliter les choses. Que non!

Qu'en est-il, par exemple, d'un objet utilitaire qui, à l'origine, n'est pas destiné à être reproduit à plus de 50 exemplaires?

Quaere. Et qu'en est-il lorsqu'il s'écoule un certain délai entre la révélation du modèle et sa mise en marché? Est-ce à dire que tant que le fatidique « + 50 » n'est pas atteint, l'exception ne s'appliquerait pas? Que l'on pense ici aux copies de la robe de mariée de Kate Middleton disponibles dans les 24 heures du mariage.

Alors, sauf pour la Haute Couture, les œuvres à vocation muséale ou théâtrale ou les travaux uniques d'étudiants, le droit d'auteur semble dégriffé pour protéger la commercialisation d'un produit prêt-à-porter ou de consommation de masse..

Les exceptions à l'exception

Mais pour compliquer les choses, —comme si c'était vraiment nécessaire— il y a non pas une mais des exceptions à cette exception.

En effet, le paragraphe 64(3) énumère sept cas de non-application de cette exception de non-violation. Celles qui sont principalement d'intérêt pour le domaine de la mode ont une existence autonome à titre d'œuvres artistiques.

Récapitulons

- L'œuvre artistique est protégée.
- Il n'y aura pas de violation si l'œuvre artistique est destinée à être reproduite à plus de 50 exemplaires.
- Sauf si une des exceptions à l'exception s'applique.

Il y aura violation du droit d'auteur ou des droits moraux sur une œuvre artistique, même destinée à être reproduite à plus de 50 exemplaires sur un objet utilitaire si

a) il s'agit d'une représentation graphique ou d'une représentation photographique appliquée à un objet. En anglais, il est dit : « graphic or photographic representation applied to the face of an article ». C'est quoi ça, une « représentation graphique »? Il semblerait que cela couvrirait, par exemple, une broderie. On a droit également à la divergence entre le texte français et le texte anglais. Dans le texte français, une broderie intérieure serait protégée, mais pas selon le texte anglais.

b) une marque de commerce, la représentation d'une marque de commerce ou une étiquette. Une marque de commerce, on le verra plus tard, c'est un signe qui permet de distinguer les marchandises d'un individu de celles d'un autre. Il ne s'agit pas de déterminer ici si le propriétaire de la marque de commerce ou le contrefacteur «emploie» celle-ci à titre de marque de commerce sur le produit et, pour que cette exception joue, il pourra y avoir emploi à titre purement décoratif (pourvu que par ailleurs, en d'autres lieux, il y ait un emploi de marque).

Par exemple, une étiquette Chanel où le logo CHANEL dans l'étiquette intérieure du vêtement sera un emploi de marque. La reproduction sur tout le vêtement copiée du mot «Chanel» ou du logo ST-HUBERT sur un gaminet, pourrait n'être que purement décorative (donc peut-être pas d'emploi au sens de la *Loi sur les marques de commerce*) mais l'exception de l'exception jouerait. Dans le contexte, qu'est-ce qu'une étiquette? Je l'ignore mais ne me suis pas attardé beaucoup à l'étude du sujet.

Il pourrait dès lors y avoir une dualité de protection entre la marque de commerce et le droit d'auteur (et même, en certains cas, avec le dessin industriel). Par hypothèse, un personnage de Walt Disney est protégé à titre de marque de commerce pour la vente des produits auxquels ce personnage est associé. S'agissant d'un motif qui peut être apposé sur un objet utilitaire, il pourrait y avoir protection par voie de dessin industriel. S'agissant d'une œuvre artistique, même appliquée à un objet utilitaire, l'apposition de ce dessin à un produit pourrait donner lieu à une violation de droit d'auteur.

La question de dualité de protection est confirmée au Canada. Toutefois, cela ne viserait que la marque de commerce figurative ou semi-figurative et non la marque nominale puisque dans celle-ci il n'y aurait pas, par hypothèse, de droit d'auteur.

L'exception à cette dualité de protection pourrait être une marque telle celle de Via Vegan [enregistrement 750271 du 2009-10-14] qui consiste en 55 mots et pourrait se qualifier d'œuvre littéraire :

CHOOSE LIFE CHOOSE POSITIVITY CHOOSE THE GOLDEN RULE
CHOOSE TO BE AT PEACE WITH YOURSELF CHOOSE SALVATION
SCEGLIETE DI FARE UNE DIFFERENZA CHOOSE TO MAKE A
DIFFERENCE CHOISISSEZ DE FAIRE UNE DIFFÉRENCE CHOOSE
TO BE DIFFERENT CHOOSE TO BE A REBEL CHOOSE TO BE FUNKY
CHOOSE TO BE YOURSELF CHOOSE TO CREATE A FASHION
STATEMENT

Mais nous serions alors hors les cadres de l'article 64 LDA puisque celui-ci ne vise que les œuvres artistiques. Fin de la digression.

Quid du signe distinctif qui constitue une forme de marque de commerce. La reproduction d'un stylo BIC, de l'emballage filé des fromages BABYBEL...

Quaere (encore). La forme d'un soulier qui deviendrait distinctive au point d'être protégée en vertu de l'article 13 de la *Loi sur les marques de commerce* donnerait-elle ouverture à l'exception de l'exception de l'alinéa 64(3)(b).

Attention, rien n'exige que le titulaire de la marque de commerce soit aussi le titulaire du droit d'auteur.

L'enregistrement de la marque de commerce peut avoir été radié. Ce qui compte c'est que le signe fonctionne comme marque de commerce.

Cela pourrait comprendre la présentation particulière (*trade-dress*) d'un produit, par exemple, les chaussures CROCS.

c) matériel dont le motif est

- tissé ou
- tricoté ou
- utilisable à la pièce
- utilisable comme revêtement
- utilisable comme vêtement.

d) des œuvres architecturales qui sont des

- bâtiments
- modèles de bâtiments
- maquettes de bâtiments.

On notera d'abord que la définition est plus restreinte que celle de l'article 2, qui fait référence à «bâtiment et édifice» (*building and structure*).

Seraient donc exclus

- les ponts
- bateaux
- tours de forage
- tours de télécommunication, *per se*
- sculptures
- arches
- pièces de bâtiments

mais seraient visées les maisons en rangée au motif répété de banlieue.

e) l'exception à l'exception s'appliquera également s'il s'agit de la représentation

- d'êtres réels
- d'êtres imaginaires
- de lieux réels
- de lieux imaginaires
- de scènes réelles
- de scènes imaginaires

pour donner à un objet

- une configuration
- un motif ou
- un élément décoratif.

[En anglais on notera: *feature of shape, of configuration, of pattern or of ornament*].

Ne pas oublier qu'il peut y avoir violation de droit d'auteur dans une œuvre bidimensionnelle par l'apposition de cette œuvre sur un autre substrat, sur un objet tridimensionnel ou encore dans un rendu tridimensionnel de l'œuvre et de l'apposition de l'œuvre à la configuration tridimensionnelle d'un objet (par exemple, un gobelet en forme de tête de Popeye).

f) les objets vendus par ensemble pourvu qu'il n'y ait pas plus de 50 ensembles.

Par hypothèse, pour une édition spéciale, il y aurait moins de 50 kits lesquels comprendraient chacun plus de 50 objets utilitaires comme, par exemple, des boutons de manchettes ornés.

g) autres œuvres ou objets désignés par règlement, et il n'y en a pas!

Ce qui nous amène au troisième sujet.

3. Loi sur les marques de commerce (L.R.C. 1985, c. T-13)

En résumé – In a nutshell

- Signe qui permet de distinguer les marchandises d'une personne de celles des autres.
- Les droits naissent et se maintiennent de par l'emploi territorial.
- Quoique non obligatoire, l'enregistrement est possible et alors valide pour 15 ans, renouvelable.
- Les taxes d'enregistrement sont de 450 \$.

For a judge warming the bench, shoes make no devil-may-care statement, and trousers (or breeches aren't going to show in the courtroom either). Shirts or blouses? No way they'll be visible, except (maybe) at the collar.

—Erik M. Jensen, *Under the Robes – A Judicial Right to Bare Arms and Legs and ...?* (2009), 12 Green Bag (2d) 221, aux pages 223-224 [deux succulentes notes de bas de page omises]

Pour sélectionner tout ce qu'offre cette loi, il convient d'abord d'en cerner, sinon maîtriser les concepts.

3.1 Qu'est-ce qu'une marque

Une marque de commerce c'est un signe adapté à distinguer les marchandises ou services d'une personne de ceux d'une autre.

Cela a pour première conséquence le caractère spécifique de la marque c'est-à-dire qu'elle n'est pas protégée *in vacuo* mais toujours en liaison avec des marchandises ou services spécifiquement indiqués.

Et, pour deuxième conséquence: sous réserve de licence, pour maintenir la distinctivité d'une marque de commerce, seul son propriétaire peut l'utiliser (sinon, la marque n'est plus associée à une seule source)

Et enfin, la marque de commerce doit être employée et présentée à titre de marque de commerce et non, par exemple, à titre de générique ou dans des variations telles qu'on ne la reconnaît plus. C'est d'ailleurs l'une des problématiques du revamping ou de la modernisation d'une marque.

3.2 En quoi peut consister une marque

La marque peut consister:

- d'un mot, inventé ou non
 - ALLIGATOR, enregistrement 136,238
 - CAROLINA HERRERA, enregistrement 361,675
 - SUHALI, enregistrement 620,227
 - TARSIANI, enregistrement 735,171
 - RAFFINALA, enregistrement 561,467
 - NEOS, enregistrement 783,211
 - ROBE PARAPLUIE, enregistrement 743,502
 - VANESSA, enregistrement 185,374

[Cette marque illustre bien mon précédent propos sur la spécificité de la marque. Au registre canadien des marques de commerce on trouve la marque VANESSA

 - de la québécoise Television Sex-Shop inc. pour des services de production et diffusion
 - de la suisse Biodesign pour des produits de beauté
 - de l'allemande Hailo-Werk pour des planches à repasser
 - de l'ontarienne House of Charms pour des bijoux
 - de la montréalaise Vanessa Equipment pour des machines à crème glacée et à espresso
 - du beauceron Jacques Fournier pour des poupées
 - de l'italienne Tyco pour des valves
 - de l'ontarienne Dometic pour des machines à coudre et des aspirateurs
 - de la chic 111764 Canada pour des vêtements et de la lingerie
 - de la newyorkaise Oneida pour des assiettes
 - de la suisse Nyro-Plan pour des lavabos de salle de bain, et
 - de l'anglaise Patons & Baldwins pour du fil à tricoter et des livres.]

- d'une ou plusieurs lettres
 - BVD, enregistrement 149,945 de Modern Shirts (ou B.V.D., enregistrement 10771)
 - C, enregistrement 689,116 de Polo/Lauren
 - S torsadé, enregistrement 505,738 de Levi Strauss
 - S répétitifs, enregistrement 639577 de Aldo
 - F, enregistrement 557,665 de Fila
 - GWG, enregistrement 142,459 de Levi Strauss
 - THD, enregistrement 696,320 de Tommy Hilffiger
 - LV, enregistrement 557,176 de Louis Vuitton Malletier
 - XXX, enregistrement 703,315 de Lanificio Emenegildo Zegna
 - Z, enregistrement 671,166 de Consitex (Zegna)
- d'un chiffre
 - 5, enregistrement 442,247 de Chanel
 - 501, enregistrement 308,843 de Levi Strauss
- de lettres et de chiffres
 - FOREVER 21, enregistrement 569,326 de Forever 21
 - FOREVER XXI, demande 1,107,176 de Forever 21
 - 725 KIDS, enregistrement 532,501 de Walmart
 - 1 2 3 UN DEUX TROIS, enregistrement 619,236 de Etam
 - FIFTY SIX 56 FS-TAG, enregistrement 671,280 de Effigi
 - 2.1 DENIM, enregistrement 773,712 de Forever 21
- d'un dessin, seul ou avec des mots
 - FRUIT OF THE LOOM, enregistrement 481,032
 - DESSIN DE DEUX CERCLES ET UN TRIANGLE, enregistrement 538,928
 - 18 BARS, demande 1454932
 - SKULL & CROSSBONES, demande 1,315,104
 - TOD'S, enregistrement 755,288
 - TRISTAN, demande 1,386,071
 - TRUE STAR, enregistrement 687,130
 - NEW MAN, enregistrement 172,348



481032 Fruit of the Loom
Et la grappe de fruits



1454932 Triple 5
Colour is claimed as a feature of the trade-mark. Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The trade-mark consists of a series of eighteen (18) contiguous bars having the following colours, commencing from the left: the first bar being



172348 Newman
(upsidon)



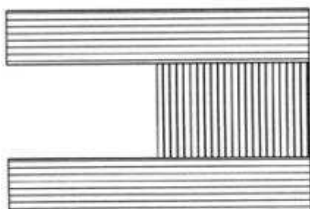
TRISTAN

1386071 Boutique Tristan & Iseut
Où le T symbolise l'union de l'homme et de la femme; on verra dans cette marque au style épuré des mains enlacées plutôt

in the colour light brown, the second bar being in the colour red, the third bar being in the colour light brown, the fourth bar being in the colour navy, the fifth bar being in the colour green, the sixth bar being in the colour taupe, the seventh bar being in the colour light brown, the eighth bar being in the colour red, the ninth bar being in the colour light brown, the tenth bar being in the colour navy, the eleventh bar being in the colour light brown, the twelfth bar being in the colour red, the thirteenth bar being in the colour light brown, the fourteenth bar being in the colour green, the fifteenth bar being in the colour light brown, the sixteenth bar being in the colour navy, the seventeenth bar being in the colour light brown, the eighteenth bar being in the colour green.

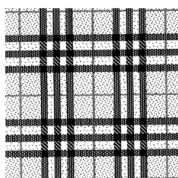
qu'une quelconque position du kama-sutra!

- d'une couleur ou de couleurs
 - TOMMY HILFIGER (et ses 3 rectangles), enregistrement 547024
 - RED COLOUR, enregistrement 769,715
 - TARTAN de Burberry, enregistrement 590,925
 - TOILE DAMIER de LVMH, enregistrement 722,343
 - FILA, enregistrement 258,009

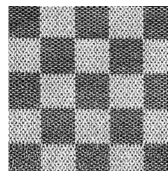


547024 Tommy Hilfiger

The mark is lined for the colours red and blue and the applicant claims the colours red and blue as a feature of the mark.



590925 Burberry



722343 LVMH



285009 Fila

Red for the upper part of the "F" and blue for all the rest.

- d'une étiquette (toutes celles que l'on peut trouver sur une paire de jeans LEVI'S)
 - CHEMISE LACOSTE, 412,267
 - ARMANI JEANS, TMA414,785
 - LEVI'S, enregistrement 311581
 - RED TAB, enregistrement 566,448
 - ORANGE TAB, enregistrement 278290
 - ÉTIQUETTE SUR CHEMISE, enregistrement 459128

- BUFFALO DAVID BITTON & TAG, enregistrement 749,259
- RED TAG, enregistrement 194,716
- LEVI STRAUSS & CO. QUALITY CLOTHING, enregistrement 276,249
- GO TAGLESS SANS ETIQUETTE, demande 1,237,896
- BANANA REPUBLIC, enregistrement 804019
- FILA FINE COLLECTION, demande 862057



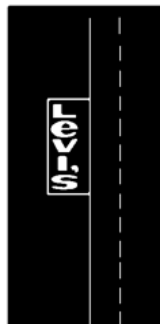
412267 de Chemise
Lacoste (Abd)



414785 de Giorgio
Armani



276249
Levi Strauss



1237896
Sara Lee/HBI



278290
Levi Strauss

The trade mark is an orange tab comprising a folded ribbon of textile material or the like appearing on and permanently affixed to the exterior of the garment in such a position that the TAB is visible while the garment is being worn, the trade mark being applied to the goods by stitching the edges of the TAB into a structural seam of the garment so that the stitching of said seam secures one end of the TAB to the garment with the folded edge thereof extending visibly from the seam. The drawing is lined for the colour orange.

749259
No Excess

The trade-mark consists of a small rectangular shaped piece of material applied to or otherwise attached permanently to the exterior of a clothing shirt in a position as indicated in the attached drawing and described as follows: the tab of material is located on the button seam of the shirt approximately mid-way between the last and second to last buttons. The representation of the wares as shown in dotted outline does not form part of the trade-mark as applied for but is used to establish the relationship of the rectangular shaped piece of material with the actual clothing garment.

311581
Levi Strauss

The Trade mark comprises the word LEVI'S rendered on a tab comprising a folded ribbon of textile material or the like appearing on and permanently affixed to the exterior of an article, the trade mark being applied to the article by stitching one edge of the tab into a structural seam of the article so that the stitching of said seam secures one edge of the tab to the article with the folded edge thereof extending visibly from the seam.

804019
Banana Republic

- d'armoiries, vraies ou fausses

- CREST de Tommy Hilfiger, enregistrement 483,261

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

- MILTON YOUTH SOCCER CLUB, enregistrement 727,360
- WOODS & GRAY, enregistrement 459,359
- R.C.M.P., dossier 902,518
- POLO, enregistrement 4591,82 (Polo/Lauren)



483261 Tommy Hillfiger



727360 Milton YSC



459359 Woods & Gray



902518 RCMP



459182 Polo/Lauren



726491 Dizaro



747571 Dizaro

- d'une devise ou d'un slogan
 - QUALITY NEVER GOES OUT OF STYLE, enregistrement 275,541 (Levi)
 - OUR SIGNATURE, YOUR STYLE, enregistrement 700,836 (Levi)
 - PLUS VOUS ETES RAVISSANTE, PLUS NOUS SOMMES RAVIS, enregistrement 163,746 (Canadelle)
 - WONDERBRA, THE BRAS THAT MAKE THE CLOTHES THAT MAKE THE WOMAN, enregistrement 294,000 (Canadelle)
 - POUR S'HABILLER SANS Y LAISSER SA CHEMISE, enregistrement 770,313 (Reitmans)
 - POUR LA FEMME MODÈLE, PAS LE TOP-MODÈLE, enregistrement 786,392 (REITMANS)
 - POUR AVOIR PLUS D'UN STYLE DANS SON SAC, TMA770,333 (REITMANS)
 - UNUM SUMUS, enregistrement 783,693 (Tristan & Iseult)
- d'un poinçon ou d'un sceau
 - THE SEAL OF QUALITY, TMDA 8199 (Hudson's Bay)
 - SHIELD, enregistrement 358,008

- THIS IS A PAIR OF LEVI'S, enregistrement 425,308
- V & R, enregistrement 607,630
- THE GUARANTEED FORSYTH SHIRT, UCA 09333
- ROOTS GENUINE LEATHER, enregistrement 339,963
- L.A. GEAR, enregistrement 394,805



19773 de Hudson's bay Company

Crest and motto consisting of: shield: quartered by a cross-charged in each quarter by beaver statant. Supporters: two stags springing- horned and hoofed - one stag on each side. Crest: fox sejant on cap of maintenance. MOTTO: in scroll PRO PELLE CUTEM. The crest and motto to be enclosed by a double circle in the margin of which the words and figures HUDSON'S BAY COMPANY INCORPORATED 1670 are imprinted and underneath the whole of which is printed the words THE SEAL OF QUALITY.



425308 Levi Strauss
Timbre de qualité



339963 Roots



339963 Forsyth

- d'une représentation d'animal, réel ou stylisé
 - ALLIGATOR, enregistrement 751,836
 - CROCODILE, enregistrement 559,121
 - PERROQUET, enregistrement 536,982
 - AIGLE, enregistrement 666,587
 - BUFFALO, enregistrement 463,289
 - BULL, enregistrement 241,532



751836 de Lacoste



559121 de Crocodile
Garments



463289 de Buffalo
Bitton



666587 de Aigle

- d'une représentation de personnes, réelles ou fictives
 - POLO PLAYER, enregistrement 314,256
 - GIRL, enregistrement 519,040

- WOMEN, enregistrement 201,642 ??
- EXCEL-FIT, enregistrement 175,184
- DISCRETION (Christine Brodeur, enregistrement 174,040
- MAN - COWBOY, enregistrement 167,518
- MISS MARY OF SWEDEN, enregistrement 758,578
- SILHOUETTE RENÉ LACOSTE, 1416798



314256 de Polo Ralph Lauren



519040 Le Château



174040 de Avalon

Christine Brodeur a donné son consentement à l'usage de sa photo. Arrière-plan bleu pâle et bleu foncé; bas-culotte couleur chair et blouson de fleurs de couleurs rose, violet, or et vert; la matière à lire sur l'étiquette est en blanc, noir et bleu foncé.



Arrière-plan bleu pâle et bleu foncé; bas-culotte couleur chair et blouson de fleurs de couleurs rose, violet, or et vert; la matière à lire sur l'étiquette est en blanc, noir et bleu foncé. de Lary



1416798 Lacoste

- d'une scène
 - VILLAGE, enregistrement 665,884
 - TOWER, UCA 44941
 - ARBRE ET FEUILLES, enregistrement 741,925
 - SCENE, enregistrement 290,915



665884 Intrawest



44941 C&J Clark



741925 de Cote
Reco
«motif d'arbres et
feuilles» pour des
vêtements de chasse



290915 Zegna Baruffa ..

- d'une signature, réelle ou fictive
 - PIERRE CARDIN, enregistrement 342,833
 - AGNÈS B., enregistrement 412645
 - CAROLYN TAYLOR, demande 1,267,144
 - KATHERINE BARCLAY, enregistrement 715,381

Pierre Cardin *agnès b.* *Carolyn Taylor* *Katherine Barclay*

342833
Pierre Cardin

412645
Agnès Trouble

1267144
By Design

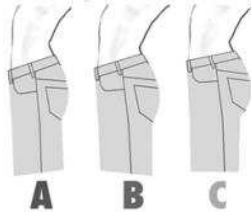
715381
Corwik

- d'un patronyme, réel ou inventé
 - ALFRED SUNG, TMA620,491 (né le 1948-06-14)
 - YVES SAINT LAURENT, enregistrement 358,669 (1936-2008)
 - MARIE SAINT PIERRE, demande 1,441,713 (1961-)
 - NICOLE BENISTI, enregistrement 721,285
 - RENÉ BARTON, enregistrement 654568
 - MICHAEL STARS, enregistrement 577185
 - MICHAEL KORS, enregistrement 473,538 (né Karl Anderson, Jr. le 1959-08-09)
- d'une combinaison plus ou moins heureuse de ce qui précède
 - TRISTAN ET ISEUT, enregistrement 344,035
 - ABC, demande 1311580
 - THÉÂTRE DU MOULIN ROUGE..., demande 1528170
 - LEVI STRAUSS, enregistrement 266,592



**Tristan
et
Iseut**

**344035 Boutique Tristan
et Iseut**

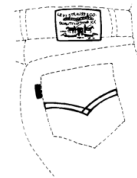


1311580 de Maurice Ohayon

La marque de commerce est une marque à deux dimensions. Une vue partielle de trois profils de modèles de jeans attachés à une vue partielle de trois profils de torsos humains. Le premier profil est identifié, au bas de celui-ci, par la lettre A, le second profil par la lettre B et le troisième profil par la lettre C. Le tout étant qu'une marque de commerce. La couleur est revendiquée comme une caractéristique de la marque de commerce. Les trois représentations de jeans sont BLEU CLAIR. Les lignes de contour des jeans sont BLEU FONCÉ (là où applicable). Le tracé du dos des mannequins est NOIR. Le tracé de l'abdomen des mannequins est ROUGE. La lettre A est MARRON. La lettre B est MAUVE. La lettre C est ORANGE.



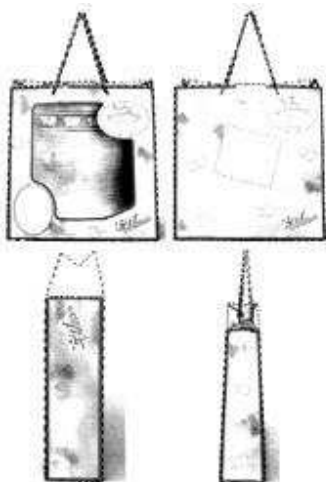
**1528170 de
Bal du
Moulin
Rouge
Henri de
Toulouse
Lautrec,
1864-1901)**



**266592 Levi
Strauss**

et des marques traditionnelles, quoique surprenantes

- de l'apposition d'une couleur
 - BABY ANABELL BAG, enregistrement 635,563
 - SEMELLE ROUGE, enregistrement 810,294



635563 de Zapt

La marque de commerce est composée de couleurs "bleu clair", "rose", "gris" et "blanc" dans la mesure où ces couleurs sont appliquées à la surface visible entière du sac montré dans les dessins. La marque de commerce est une combinaison de la couleur "bleu clair" appliquée au corps du sac montré dans le dessin, la couleur "blanc" appliquée aux représentations du mouton, à l'ovale au-dessus du sac à l'avant et à l'arrière, à la forme carrée au centre de l'avant du sac, à l'ovale dans le coin inférieur gauche de l'arrière du sac, aux formations nuageuses appliquées à toutes les surfaces du sac et aux mots ZAPF CREATION, la couleur "rose" appliquée aux bordures de tous les côtés du sac, à la surface supérieure de la languette qui s'étend en travers du haut



1466797 de Louboutin

La marque de commerce consiste en la couleur rouge (Pantone* 181663TP) appliquée à toute la surface externe de la semelle de la chaussure telle que montrée dans le dessin (* Pantone est une marque de commerce enregistrée).

Annoncée le 2011-07-06

Admise le 2011-10-21

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

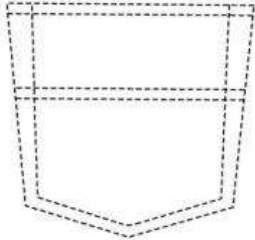
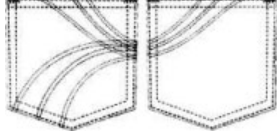
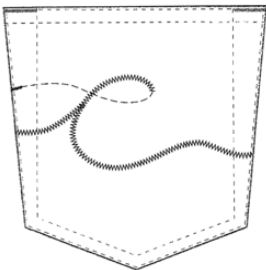
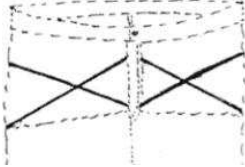
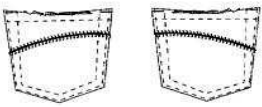
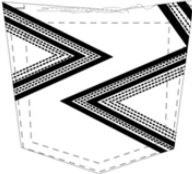
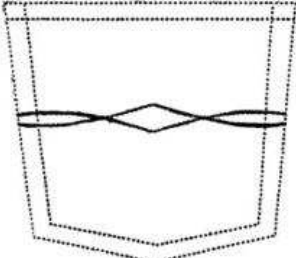
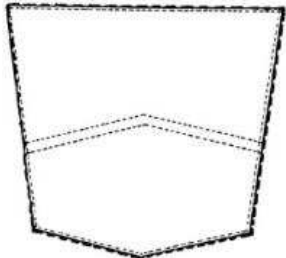
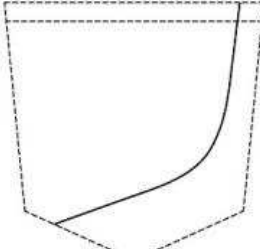
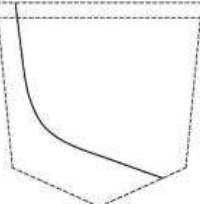
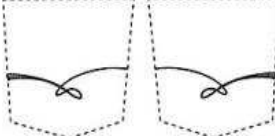
MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

du sac, au contour autour des représentations du mouton, au contour autour de toutes les formes ovales et carrées sur le sac, aux mots BABY ANNABELL et www.zapfcreation.com et au contour des mots ZAPF CREATION, aux points en embruns appliqués à diverses parties de tous les côtés du sac et au contour essentiellement rectangulaire à l'arrière du sac ayant des parties semi-circulaires découpées montrées dans les dessins, et la couleur "gris" appliquée au contour du mouton et les points en embruns appliqués à diverses parties de tous les côtés du sac. Les quatre dessins sont des perspectives de la marque.

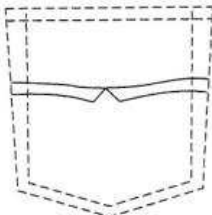
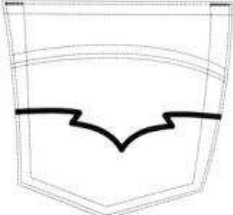
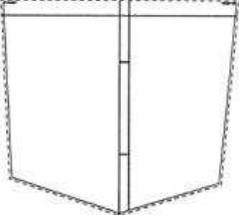
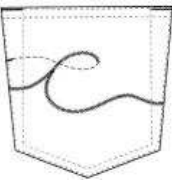
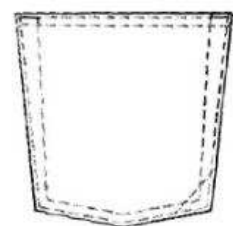
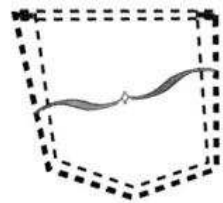
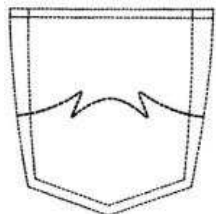
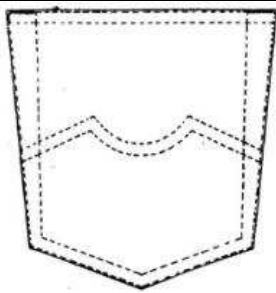
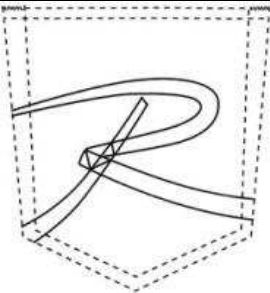
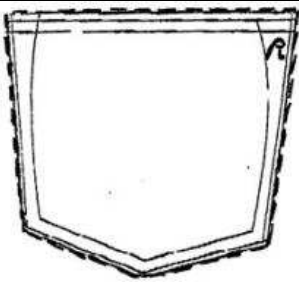
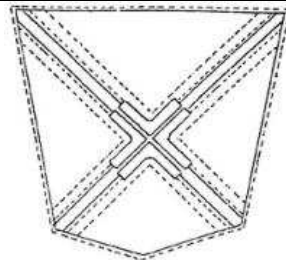
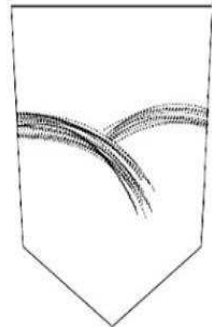
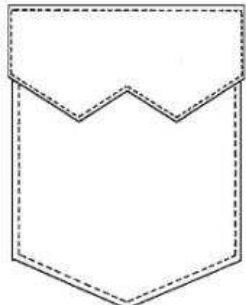
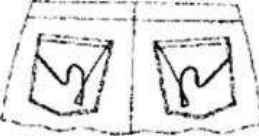
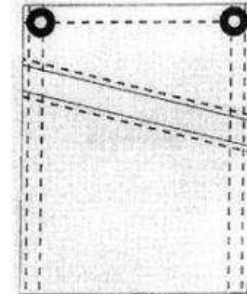
- d'un positionnement

Bon, tous connaissent les broderies sur les poches de jeans. Cela en est parfois «mélangeant» mais on finit par s'y retrouver !

			
621,446 Polo/Lauren	660,917 Reitmans	728,634 Calvin Klein	754,417 NYDJ
			
756,060 Sellmor (Foxy Jeans)	766,291 Sellmor	722,804 Sellmor	695,373 Sellmor
			
1,543,804 Sellmor	742,577 Inditex (Zara)	1,514,959 McCrane	588,009 Giorgio Armani
			

685,967 Dynamite	1,545,085 Paper Denim	1,545,085 Page denim	1,304,072 Abercrombie & Fitch (opposition de Levi Strauss)
706,112 Abercrombie & Fitch	680,637 Abercrombie & Fitch	706,303 Abercrombie & Fitch	706,113 Abercrombie & Fitch
788,163 Retail Royalty	688,638 Retail Royalty	688,638 Retail Royalty	786,495 Retail Royalty
1,379,477 Retail Royalty	301,631 H.D. Lee	217,830 H.D. Lee	679,969 denimXworks
679,224 Right-On Co	695,101 Right-On Co	698,976 Right-On Co	675,710 Right-On Co
675,711 Right-On Co	1,280,870 Right-On Co	758,072 Rallye	595,047 Aritzia
709,264 Tween Brands	709,093 Tween Brands	705,689 Tween Brands	715,470 Tween Brands

1,465,787 Tribal Sportswear	1,466,840 Tribal Sportswear	1,492,730 Tribal Sportswear	1,493,036 Tribal Sportswear
1,466,859 Tribal Sportswear	1,493,492 Tribal Sportswear	1,498,091 Tribal Sportswear	698,832 Western Glove
1,505,375 Western Glove	703,051 Western Glove	1,505,374 Western Glove	517,787 Western Glove
266,223 Edwin	661,212 Edwin	1,392,613 Dylan George	1,392,614 Dylan George
517,605 Levi Strauss	39879 Levi Strauss	1,506,279 Levi Strauss	142,607 Levi Strauss
354,788 Levi Strauss	381,977 Levi Strauss	738,977 Levi Strauss	294,040 Basic/Kappa
802,709 Dizaro	802,711 Dizaro	802,715 Dizaro	802,714 Dizaro

			
469,127 Buffalo	785,399 Buffalo	698,822 Buffalo	714,713 Esprit
			
728,634 Calvin Klein (ceux qui sont attentifs et qui ont de bons yeux auront constaté que c'est un doublon)	640,212 Banana Republic	684,591 Parasuco	455,442 Parasuco
			
470,156 Majone	1,499,331 Wrangler (en opposition Rossignol)	595,540 Fashion Box	455,292 BRI
			
1,511,229 Jiangsu Able	478,537 Big project	1,265,096 Citizens of Humanity	702,095 Diesel

Mais on peut aller au-delà

- A DOUBLE ARCUATE, enregistrement 398,79
- SLEEVE LINES, 1546656FLY LABEL, enregistrement 490,891
- LULULEMON WAVE DESIGN, enregistrement 728,845
- LUCKY YOU, enregistrement 484,728 (goût douteux)
- 3-STRIPES JACKET, enregistrement 757,178
- TOE SMILE, enregistrement 611,997
- SOCK, enregistrement 319,504

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

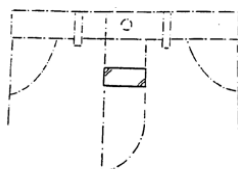
MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

- SOCK, enregistrement 348,038
- RED STRIP ON HEEL OF SHOE, enregistrement 696,140
- H CALEÇON, enregistrement 498,624



1546656 Lululemon



490891 Worsburg
The trade-mark consists of a rectangle with two sets of diagonal lines



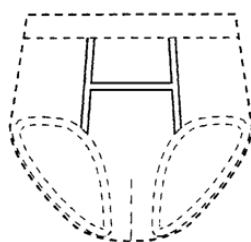
728945 Lululemon



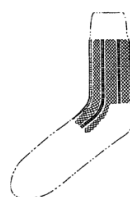
757178 Adidas
The mark consists of three parallel stripes running along the sleeve of a shirt, T-shirt, sweatshirt, jacket, or coat.



611997 Converse (TOE SMILE)
The mark consists of a two-dimensional label consisting of a solid bar along the middle of the toe.



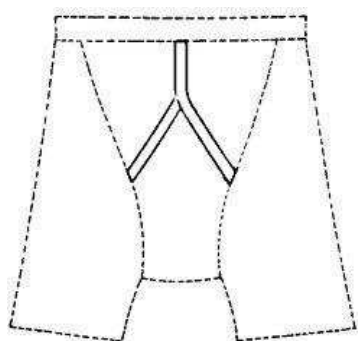
498624 Château Mfg. (Jockey)



348038 McGregor

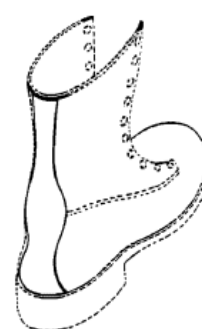
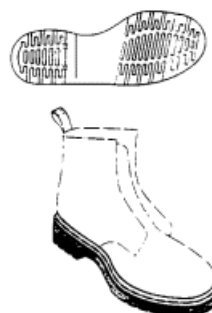


696140 Prada
The trade-mark is a two-dimensional strip, the colour of which is red, applied to a shoe as shown in the drawing.



UCA38492 Jockey
An arbitrary three-pronged figure applied to the front of underwear.

Bottes



513802 de R. Griggs

The applicant claims the colours as features of the trade-mark, the colour BLACK for the upper ribbing of the outsole; the colour YELLOW for the welt stitching. The mark consists of horizontal ribbing located on the out sole and of a welt stitching. The representation of the outline of a boot shown in dotted lines does not form part of the mark but is included in the drawing to show the position of the mark

1515193 de Kodiak

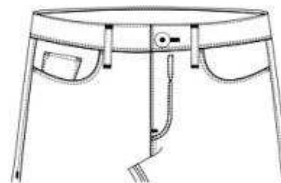
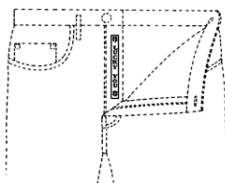
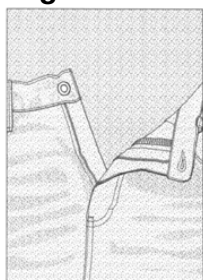
The representation of the footwear in dotted lines does not form part of the trade-mark. The trade-mark consists of the word EXILE and the curves and loops design shown in black.

858230 de R. Griggs (abd)

The trade-mark consists of a pull tab fastened at the topmost heel portion of the footwear article, two-tone horizontal ribbing located on the outsole, welt stitching and an undersole. The representation of the article of a boot shown in dotted lines does not form part of the trade-mark but is included in the drawing to show part of the position of the mark. The representation of the outline of the undersole shown in dotted lines does not form part of the mark but is included in the drawing to show part of the position of the mark.

328507 de Kodiak

Braguette



738205 de Isaco

The trade-mark is two-dimensional. The mark consists of open-fly jeans that includes a representation of denim. The stippling is a feature of the mark that indicates texture and does not represent colour.

484728 de Lucky Brand

The design portion of the mark consists of a rectangular cloth label sewn and positioned vertically on the inside of the front fly of a pair of pants and two four leaf clovers. The broken lines in the drawing are not a part of the mark and no claim is made to them.

1514960 de McCrane

The trade-mark consists of a stitching in the form of a stylized letter J on the fly flap of a pair of pants. The features of the pants themselves do not form part of the trade-mark.

762470 de Selimor

A stitched design of a triple bar-tack sewn at the fly of jeans, pants and shorts. The representation of the fly and jeans, pants or shorts shown in dotted outline does not form part of the trade mark.

[d'un goût douteux, on en conviendra!]

Chandail



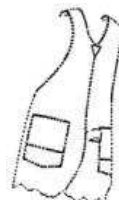
714655 de Lance

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The trade-mark is a two-dimensional band applied to the sleeve of a shirt, the colour of the band being yellow.



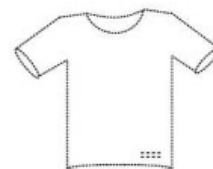
621814 de H-D Michigan

The representation of the garment shown in dotted outline does not form part of the trade-mark. The trade-mark consists of a wide orange stripe outlined by two narrow stripes. The wide orange stripe has been lined for colour.



531537 de Oshkosh B'Gosh

The mark consists of an inverted isosceles triangle having a base approximately equal to its altitude superimposed upon the darker background of the overall material itself at a point immediately below the apex formed at the juncture of the two suspender straps at the back of the overall. The representation of the wares shown in dotted outline does not form part of the trade mark.



1467396 de Pence Love

The mark consists of two sets of four horizontal and collinear red stitched lines applied to the bottom right corner of the particular t-shirt shown in the attached drawing. The representation of the t-shirt shown in dotted outline does not form part of the mark.

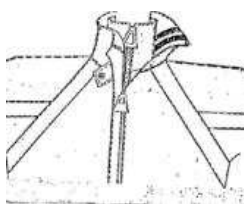


419663 (rad) de Nike Bauer Hockey



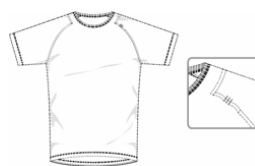
456415 de Adidas

The representation of the shirts shown in the dotted outline does not form part of the trade-mark.



408960 de Joff

The trade mark consists of two parallel one half (1/2) inch stripes which are woven at an angle and incorporated into the inside left hand end of the collar; the representation of the wares shown does not form a part of the trade mark.



1542423 de Lululemon

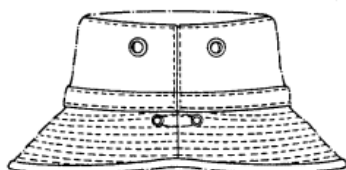
The trade mark consists of three parallel bars applied to the front left-hand seam of the upper chest/shoulder area of a shirt, t-shirt, sweatshirt, sweater, tank top or jacket. The dotted outline of the garment and the inset view of the garment do not form part of the mark and are intended only to show the position of the mark. Color is not claimed as a feature of the mark.



737787 de HDOS

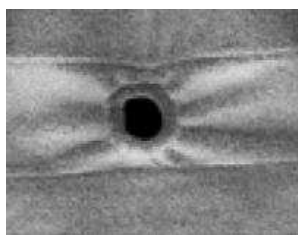
The trade-mark consists of the adjacent vertical colour stripes in the following sequence beginning from the left: white, red, yellow, blue applied to the surface of the particular shirt shown in the drawing, and of the colour yellow applied to the surface of the sleeves of the particular shirt shown in the drawing.

Chapeau

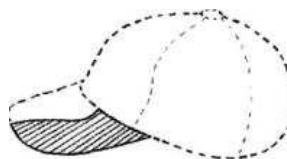


798013 de Tilley Durables (ref)

The representation of the hat in dotted outline does not form part of the trade mark. The trade mark consists of four grommets and their relative size and placement in relation to the applicant's wares as shown in the above drawing.



1506013 de Rhonda Bear



1271096 de K&O (abd)

The mark consists of a flag design on bill of cap, the design being cross hatched in the above drawing to indicate a flag design.



1268638 de Caracer

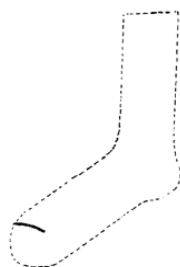
The trade-mark consists of a two-dimensional design applied to the exterior of a helmet. The three-dimensional object shown in dotted outline in the drawing does not form part of the trade-mark.

Chaussette



1376622 de Flagship

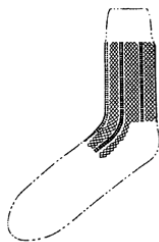
The mark consists of a line around the base of a sock, which begins in the heel area on one side of the foot, travels toward the toe area, turns to cross the toe area, and after crossing the toe area turns to continue around the other side to the heel area opposite the place at which it began. The matter shown by the dotted lines in not a part of the mark and serves only to show the position of the mark.

**794,696 de Sara Lee (ref)**

The trade-mark consists of a red line located at the toe of a sock.

1495276 de Thoneburg (abd)

The mark consists of a contrasting colored configuration located on the instep and arch areas of the overall sock representation, such contrasting colored configuration extending throughout the instep from the toe area to the top of the ankle area of the sock, and extending as a continuous band encircling the arch area; such configuration being outlined in the instep and arch areas by a first narrow contrasting colored band and a second wider contrasting colored band, and at the top of the ankle area by a single wide contrasting colored band; and having in the instep area two opposite lines of contrasting colored dashes in a symmetrical chevron pattern. The overall sock representation forms no part of the mark. The drawing represents four views of a sock bearing the mark.

**348038 de McGregor****1,226,591 de GAKM**

The mark consists of three lines completely encircling the toe area of the sock and in a colour that differs from the background or principal colour of the sock. Colour is not claimed as a feature of this trade-mark, but the subject mark is not depicted in green.

**18622 de McGregor**

Representation of a sock having a smiling face portrayed thereon.

319504 de Thoneburg

The mark consists of a contrasting shaded configuration located in the ball and under-toe areas, and in the heel and immediate adjacent high-splice and sole areas of the overall sock configuration. The representation of a sock forms no part of the mark.

**1420175 de GAKM**

The trade-mark consists of the colour GOLD applied to the whole visible surface of the toe of the particular sock shown in the drawing.

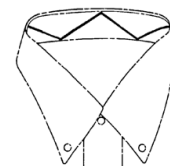
Chemise

**769715 de TN1**

The trade-mark consists of the colour red as applied to the whole of the visible surface of the lower portion of a three dimensional button design as affixed to the penultimate position from the bottom of the shirt and at the penultimate position from the cuffs of the shirt. The drawing is lined for colour. The representation of the shirt shown in dotted outline does not form part of the trade-mark. The representation of the remaining buttons not lined for the colour red shown in dotted outline does not form part of the trade-mark.

**459128 de No Excess**

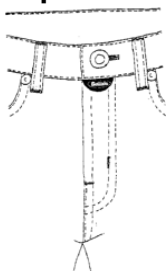
The trade-mark consists of a small rectangular shaped piece of material applied to or otherwise attached permanently to the exterior of a clothing shirt in a position as indicated in the attached drawing and described as follows: the tab of material is located on the button seam of the shirt approximately mid-way between the last and second to last buttons. The representation of the wares as shown in dotted outline does not form part of the trade-mark as applied for but is used to establish the relationship of the rectangular shaped piece of material with the actual clothing garment.

**1000612 de Natural Balance (abd)**

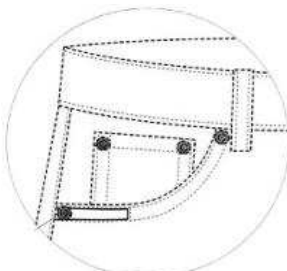
The trade-mark consists of a small rectangular shaped piece of material applied to or otherwise attached permanently to the exterior of a clothing shirt in a position as indicated in the attached drawing and described as follows: the rectangular shaped piece of material is vertically located approximately one-quarter of the way from the top of the shoulder of the shirt, and horizontally is set mid-way in the garment. The trade-mark also consists of the lower edge of the shirt collar displayed in a wide "v" shape with a small button in the middle of the "v". The representation of the wares as shown in dotted outline does not form part of the trade-mark as applied for but is used to establish the relationship of the piece of materials with the actual clothing garment.

352627 de Dylex

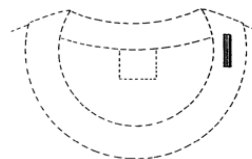
The mark is applied to the inside collar of a shirt and consists of a row of stitching in kelly green in the form of two arcs; the applicant is claiming the colour kelly green as a feature of the mark.

Étiquettes**488554 de Buffalo**

The trade-mark consists of a half-circle shape tab with the word BUFFALO written onto.

**625362 de Buffalo**

The trade-mark is two-dimensional and consists of a label applied to the wares shown in the attached drawing. The object shown in dotted outline does not form part of the mark but merely shows the position of the mark on the wares

**456522 de Guess?**

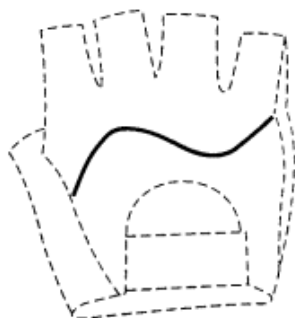
The colour red is a claimed feature of the trade-mark. The representation of the neckline of a shirt, shown in dashed outline, does not form part of the mark.

**773459 de R. Griggs (abd)**

The mark consists of a pull tab fastened at the topmost heel portion of the footwear article. The representation of the outline of a boot shown in dotted lines does not form part of the mark is included in the drawing to show

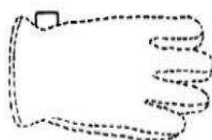
the position of the mark. The applicant claims the colours as features of the trade-mark, i.e.: the colour black for the pull tab

Gants



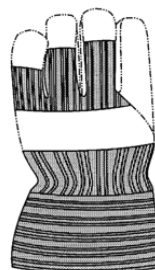
399600 de Kinco (rad)

The trade-mark consists of a wave-like design; the representation of the wares shown in dotted outline does not form part of the trade-mark.



721878 de Ranka (abd)

The trade mark is a small marker or tab, one side of which is affixed permanently to one side of the cuff portion of a glove, the marker or tab projecting visibly outwardly from the glove. The representation of the wares does not form part of the trade mark.



707044 de Kinco

The trade-mark consists of the colours grey, red and violet applied to the visible surface of a glove in the particular orientation as illustrated in the drawing. The drawing is lined for the colours grey, red and violet.



643057 de Superior Glove

The trade-mark consists of a stripe of contrasting fabric appearing on the lateral side of a glove shown in dotted outline. The representation of the glove is merely for illustration purposes to show the position of the stripe on the glove and does not form part of the trade-mark.



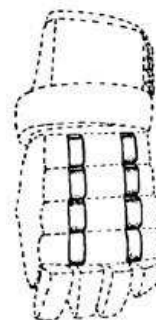
268960 de Isotoner



423695 de Autin Glove (rad)



416659 de C.B.M. (rad)



296361 de CCM

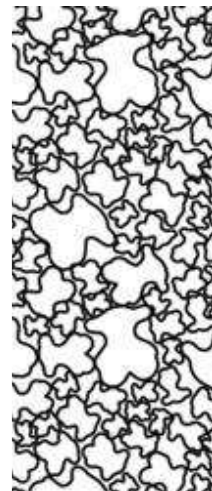
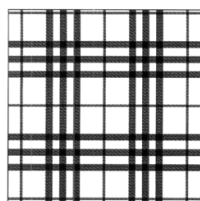
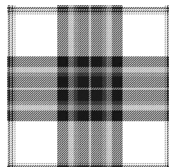
Motif

**707999 de Fendi**

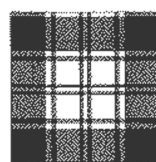
The trademark is bidimensional, and is constituted of the following elements in a square: lines of duets of black "F", each duet being composed of two "F" (one the right way up, the other upside down) on a tobacco brown background. The protection is only claimed for the combination of the above-mentioned elements in the mark, to the exclusion of any relief or texture.

**455587 de Louis Vuitton (motif épi)**

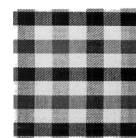
La requérante revendique les couleurs comme caractéristiques de la marque, soit: la marque est constituée d'un ensemble composé de lignes irrégulières et d'un double ton de couleur jaune produisant un effet de relief. La représentation graphique est une vue de dessus en direction oblique.

**303605 de Céline****668459 de S Tous****Motif - Tartan****611569 de Burberry****795292 Eddie Bauer**

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The colours red, blue, yellow, white, hunter green, khaki, hunting orange and navy are claimed as a feature of the mark. The mark consists of a plaid design with the colours red, blue, yellow, white, hunter green, khaki, hunting orange and navy.

**731496 de Tommy Hilfiger**

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The applicant claims the colours red, white, blue and black as features of the mark. The dark squares in the four corners of the drawing are comprised of blue smaller squares in the centre which are outlined by a black frame. The squares in between the dark corner squares are made up primarily of alternating blue and white diagonal lines. The middle square is predominantly white. There are pairs of intersecting lines in the center of the design consisting of alternating blue and white diagonal lines.

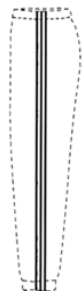
**523043 de Aquascutum**

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The pattern comprises repeating large squares, each large square having four horizontal bands of four smaller squares. The top horizontal band in the large square has the four smaller squares in the following colours: the first one is dark blue on light blue, the next is dark blue on beige, the next is dark blue on light brown, and the last is dark blue on beige. The second and fourth horizontal bands have four small squares in the following colours: light blue, beige, light brown

which change to solid blue when they exit the predominantly white centre square. There are predominantly red lines made up of alternating red and white lines on the diagonal outlining the central white portion of the mark. They change to red and blue diagonal lines when they pass the predominantly white centre square.

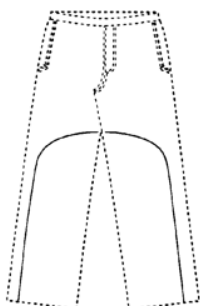
and beige. The third horizontal band has four small squares in the following colours: dark brown on light blue, dark brown on beige, dark brown on light brown, and dark brown on beige.

Pantalon



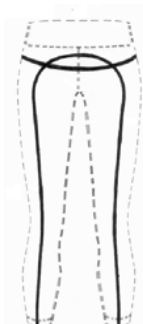
757203 de Adidas

The mark consists of three parallel equally spaced stripes applied to a trouser or short, the stripes running along one third or more of the side of the trouser or short, as illustrated on the form of the application. The dotted outline of the garment is not claimed as part of the mark and is intended only to show the position of the mark.



523422 de Coalision

partie de la marque, elle est incluse seulement pour démontrer l'emplacement de la marque de commerce qui est une ligne de point de couture représentée sous la forme d'une ligne pleine. Les lignes pointillées ne font pas partie de la marque.



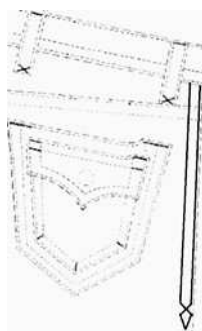
1529404 de Lululemon

The representation of the garment in dotted outline does not form part of the trade-mark.



301631 de H.D. Lee

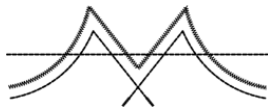
The trade mark consists of a double line of stitching in the form of an ogive curve across each of adjacent pockets. The outline of the pocket, and the outline of the garment, do not form part of the trade mark.



1545478 de RCRV

The trade mark consists of the stitching design as applied to the waist to thigh portion of each pant leg shown in the attached drawing. The representation of the pant leg shown by the dotted outline does not form part of the trade mark.

Poche

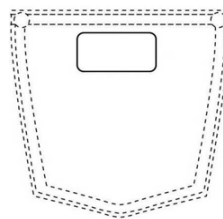


802714 de Dizaro



577449 de Guess?

The mark consists of a red stylized letter "G" positioned on the side seam of a pocket. The dotted outline of the pocket does not form part of the mark.



1481352 de GWG

The trade-mark is two-dimensional and consists of a stitched rectangle centered near the top of the right back pocket of the garment. The representation of the pockets shown in dotted outlines does not form part of the trade-mark, but merely shows the position of the mark.



1492730 de Tribal Sprtsweat

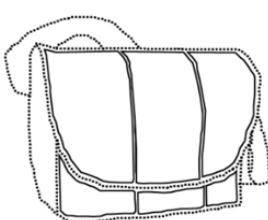
The trade-mark consists of stitching designs as applied to pockets. The representation of the pockets shown in solid lines does not form part of the trade-mark, but merely shows the position of the mark.

Sac



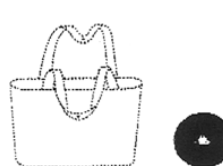
186434 de Adidas

The trade mark consists of three stripes of any colour applied to the article at an angle to the vertical and horizontal and located on the article substantially to one side thereof.



1493061 de Timbuk2

The mark consists of three vertical panels of varying colours, together spanning the width of the product. The object shown in dotted outline does not form a feature of the mark and is used to indicate the placement of the mark. The solid lines indicate the mark being claimed.



1446150 de Kenneth Cole

The trade-mark consists of two two-dimensional circles, which do not perform functional purposes, as applied to a three-dimensional object. The three-dimensional object shown in dotted lines does not form part of the trade-mark. The drawing depicts two (2) perspectives of the same trade-mark.

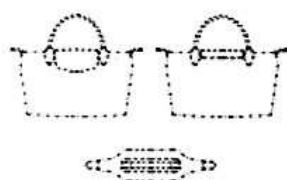


407991 de Louis Vuitton (rad)

La décor floral et les lettres sont en jaune sur un fond marron foncé.

ROBIC, S.E.N.C.R.L.

www.robic.ca
info@robic.com

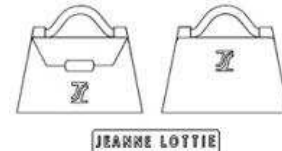


714198 de S.A.S. Jean Cassegrain

The trade-mark consists of the

MONTREAL

1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874



529821 de Jeanne Lottie's

The trade-mark is

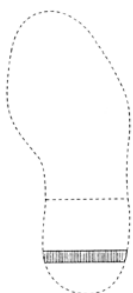
QUÉBEC

2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

colour brown applied to the whole of the visible surface of the closing flap, handles and zipper tabs of the particular handbag shown in the drawing in three different perspectives of the same mark. These perspectives include a front view, rear view and top view of the handbag.

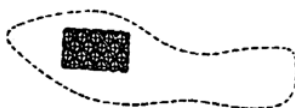
comprised of a three-dimensional tag with front, back and underside as depicted.

Semelle



616311 de Lloyd

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The trade-mark is comprised of a continuous and horizontal red strip in the heel of a shoe.

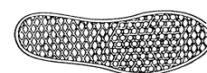


684774 de Aerogroup

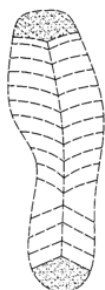
The trade-mark comprises a pattern defined by a repeating series of diamond or rhombi-shaped elements arranged sequentially and adjacent to one another, applied to the bottom surface of the sole portion of a shoe, as shown in the drawing.



1519968 de Converse



456499 de Vans



701806 de Walsh

The trade-mark consists of the colour black applied to the whole of the visible surface of the particular shoe sole shown in the drawing. The dotted lines shown across and lengthwise represent a chevron patterning on the shoe sole itself, the tip and heel of the sole are stippled to indicate that the chevron pattern does not extend to these portions of the sole.



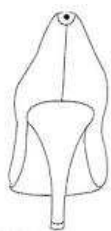
479488 de C&J Clark

Soulier

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006



1445156 de Kenneth Cole

The trade-mark consists of a two-dimensional circle, which does not perform functional purposes, as applied to the three-dimensional object. The three-dimensional object shown in dotted lines does not form part of the trade-mark



161856 de Adidas

The trade mark consists of three substantially parallel stripes of any colour applied to the footwear in such a position as to extend substantially diagonally from the lacing to the bottom of the shoe on both sides at a point near the mid-point from front to back thereof.



264673 de Puma

The trade mark consists of an elongated stripe of any colour either contrasting with or identical to the colour of the background on which it appears, which elongated stripe appears on the side of the wares. The dotted stylized outline of an article of footwear does not form part of the trade mark, but is included in the drawing to illustrate the configuration of the mark as it is actually used in association with the wares.



428850 de Reebok

The trade-mark is characterized by the affixing of a three-dimensional convex semi-sphere on the upper part of the tongue, without regard to surface material, texture, words or designs on the surface; the representation of the shoe shown in dotted outline does not form part of the trade-mark.



462218 de Calenda

La représentation d'une chaussure ne fait pas partie de la marque; la marque consiste en une région dénudée sur l'avant d'une chaussure faisant voir une surface brillante sous-jacente.



1483831 de Canadance

Colour is claimed as a feature of the trade-mark. The image that is applied to the visible surface of the quarter of the shoe is red. The three-dimensional object shown in dotted lines does not form part of the mark. The trade-mark consists of the color red, in a two-dimensional image which does not perform functional purposes, applies to the visible surface of the quarter of a shoe. The Maple leaf in the drawing does not form part of the mark but rather shows an example of the mark wherein the image defines a Maple leaf.

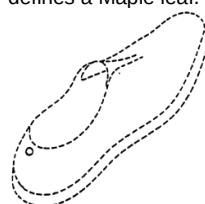
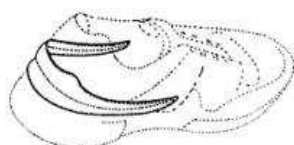


264140 de Famolare (rad)

The trade mark consists of a nameplate shown in solid lines in the attached drawing. The dotted outline of a shoe does not form part of the trade mark.



715782 de Keds (abd)



450783 de Fila

356449 de Saucony

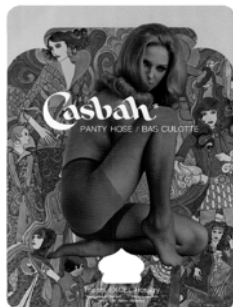
1499994 de Vans

349356 de Reebok

- d'une photo (d'un modèle, professionnel ou non, ou d'une vedette, actuelle ou «has been»)
 - JOBST MEDICAL LEGWEAR, enregistrement 516,137
 - CASBAH, enregistrement 174,033
 - JACQUES VILLENEUVE, enregistrement 524,855
 - MICHAEL SCHUMACHER, enregistrement 637,501



516137 BSN Medical



174033 Avalon



524855 Villeneuve



637501 Schumacher

- caricature ou représentation stylisée
 - DANNY JAMES, enregistrement 772,083
 - ROLLAND Hi Ha TREMBLAY, enregistrement 393,410
 - AYKROYD-BELUSHI, demande 1,400,486
 - AUTHENTIC HENDRIX, demande 1,291,176



772083 Dan Bauman



393410 Barette



1400486 Aykroyd
Belushi «The Blue
Brothers»



1291176 Experience
Hendrix

- marque téléphonique (séquence numérique, complète ou partielle) ou vanité
 - 967-1111
 - -3030
 - 98-ROBIC
 - 800-FLOWERS

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

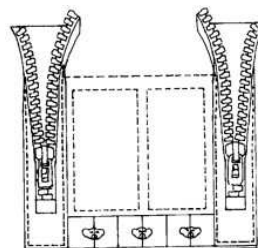
- marque architecturale
 - façade ABERCROMBIE, enregistrement 771,681
 - façade BOBOLI, enregistrement 323,367
 - entrée BUILD-A-BEAR, enregistrement 617,964
 - décoration intérieure d'ABERCROMBIE, 1,530,377



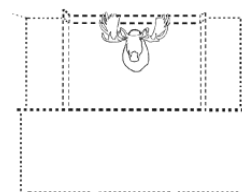
771681 Abercrombie



323367 Boboli



617964 Build-A-Bear



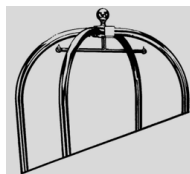
1530377 Abercrombie & Fitch

The trade-mark is three-dimensional. The mark consists of a mounted Moose head centered in a rectangular enclave above and behind the cash wrap counter. The broken lines are intended to show placement of the trade-mark and are not a part of the trade-mark.

3.3 Les formes

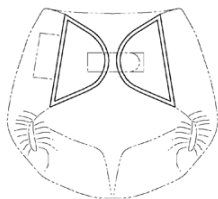
Une marque peut également consister d'une forme. Une marque de commerce est principalement perçue comme bidimensionnelle. Rien n'empêche toutefois qu'elle puisse être tridimensionnelle. La loi prévoit qu'une marque de commerce comprend également un signe distinctif (*distinguishing guise*), savoir:

- le façonnement de marchandises
 - BIRDCAGE, enregistrement 712,883
 - BOW-TIE DESIGN, demande 1,394,756
 - SQUITO, demande 1,528,324
 - MANTRA, demande 1,431,769
 - ELEVEN COAT, enregistrement 458,774
 - SAC BIRKIN, demande 1,414,879
 - SAC KELLY, enregistrement 696,581
 - SEMELLE ROYER, demande 1,384,839
 - SAC AMERIBAG, enregistrement 777,017
 - BOTTE LUNAR, enregistrement 340648

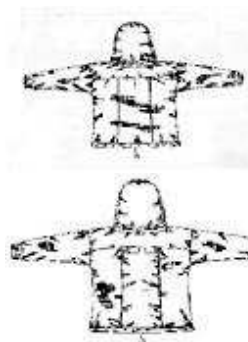


712883
(birdcage)

Winsdsford



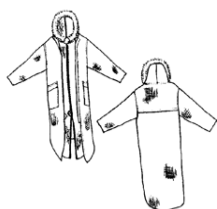
1394756 Cotton Babies
dessin que forment deux
extrémités d'une couche
lorsque repliées



1528324 Squito



1431769 Canada Goose



458774 Eleven Floor



696581 de Hermès
(sac Kelly)



1414879 Hermès
(sac Birkin)



777017 de AmeriBag



1384839 Royer



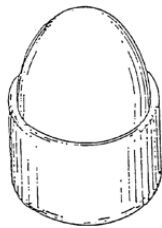
340648 de Régence

- le façonnement de contenants
 - CONTENEUR, enregistrement 459,181
- le mode d'envelopper des marchandises
 - SACHET DIM, enregistrement 385,046

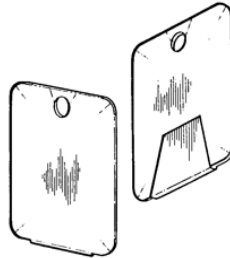
- le mode d'emballer des marchandises
 - EGG CARTON (COLLAR), enregistrement 463,514
 - SACHET DIM (2), enregistrement 348,247
 - BOÎTE À T-SHIRT, 1273461



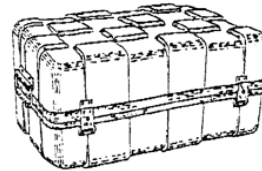
348246 Dim



463514
Hanes/Sara
HBI (L'Eggs)



385046 Dim



459181 Daher



1274361 de Mountain

Certaines marques tridimensionnelles, parce qu'elles ne forment pas partie intégrante d'une marchandise ou de son contenant, ne seront pas considérées comme des signes distinctifs mais comme des marques de commerce «ordinaires». Cela peut être avantageux dans la mesure où, pour obtenir l'enregistrement d'un signe distinctif, il faut prouver des ventes très importantes au Canada. [La preuve se fait par affidavit, est stricte et, surtout, accessible à la concurrence...]

La différence entre la marque tridimensionnelle et le signe distinctif peut être illustrée par la calandre et l'emblème de garniture sur le capot. Le premier est une partie essentielle sans laquelle le véhicule n'est pas complet alors que l'autre n'est qu'une décoration qui n'empêche pas le véhicule de fonctionner (à preuve toutes ces voitures dont on a piqué l'emblème et qui roulent toujours!)

- Un agencement de fermetures à glissières
- Une étiquette en cuir avec le mot MACKAGE, rivetée à l'intérieur du col d'une veste, enregistrement 800074
- Trois filaments qui dépassent d'une surpique en forme d'étoile «MIKOSA SHOOTING SAR», enregistrement 712345
- Un cœur tridimensionnel retenu par une double lanière à l'extérieur d'un sac à main, enregistrement 671534 (de Brighton)

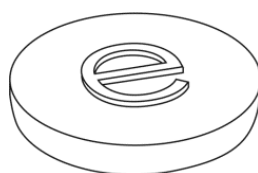
- Un tire-langnette en forme de crâne pour une fermeture à glissière d'un bottillon
- Une pastille servant d'étiquette, 1,508,161.
- Le fermoir ou serrures VUITTON, non pas seuls mais sur un sac, TMO 1202045. [Celui-là, il se discute, du moins du point de vue des examinateurs.]

Varia



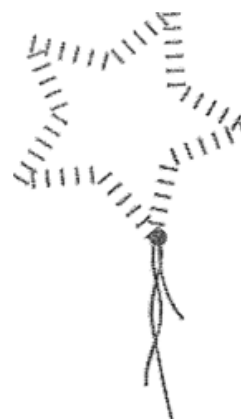
721707 de Seattle Pacific

The mark consists of the wording UNION on the lower right side of a circular button. The button also has multiple threads attached to a small off-centered hole.



1508161 de Echo Design

The trademark consists of a three dimensional configuration of a disc with a stylized lower case "e" embossed on one side used as a hangtag for the goods.

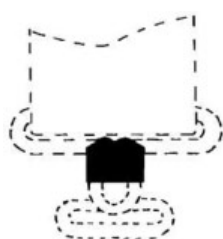


712345 de 1148 Company



671534 de Brighton

The trade-mark consists of a three-dimensional configuration of a heart-shaped design and a strap which appear on the side of a handbag which is depicted in dotted-outline form and is not part of the mark but appears in the drawing to show the location of the mark.



1003970 de Carhart (abd)

The mark consists of the semi-heart shaped design of a suspender button by which the suspender of a bib overall is fastened to the torso of the overall bibs.



1,147,291 de Veneto (abd)

The Trade Mark consists of a three-dimensional tag with front and back as depicted, used only with the word VENETO printed thereon.

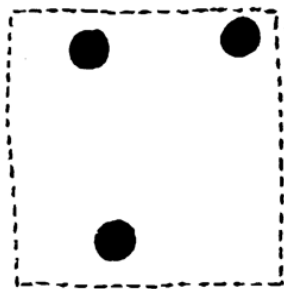


797948 de Mackage

The trade mark is a tab as shown in the attached drawing, permanently inserted at the center back collar inseam of the outerwear jackets, coats, trench coats, parkas,



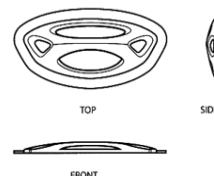
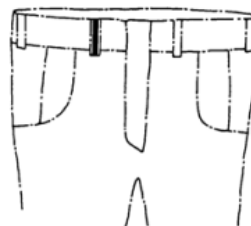
750372 de H&M

**664747 de Parasuco**

The trade-mark consists of three metal studs applied to the particular positioning inside the square stitching as shown in the drawing.

**753577 de Sellmor
(les rivets de)**

cloaks, ponchos and blazers and in the inseam of the other wares, and held at the bottom by the rivet. The dotted line indicates the location of the rivet which does not form part of the trade mark

**638677 de Jack Spratt
(rad)**

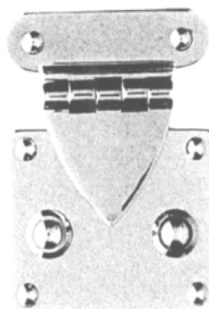
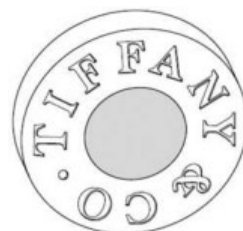
The trade-mark consists of a belt loop having a band of contrasting colour. The outline of the goods does not form part of the trade-mark.

640360 de Superior Glove

The trade-mark is a three-dimensional mark and consists of a cut-out design applied to the back of a glove (not shown).

**473694 de WWRD**

The trade mark consists of a repeated pattern of two groups of roses applied to the edge of the article as illustrated in the drawings. The number of groups in the repeated pattern will vary in accordance with the article to which it is applied.

**1190402 de Louis Vuitton
(abd)****1544859 de Tiffany**

The mark consists of a three-dimensional rivet with a concentric circle in its center. The stylized words 'TIFFANY & CO.' are engraved clockwise around the annulus of the rivet. The gray tones are for shading purposes only. Color is not claimed as a feature of the mark.

3.4 Qu'est ce qui n'est pas une marque

La caractéristique essentielle d'une marque n'est pas qu'elle soit visuellement ou phonétiquement agréable ou qu'elle soit originale mais qu'elle distingue véritablement

les marchandises ou services en liaison avec lesquels elle est employée ou qui est adaptée à les distinguer (source, origine).

Dès lors, ne pourra atteindre ce but une marque qui ne serait que

- un élément qui n'aurait qu'une fonction utilitaire
 - par exemple, une couture de couleur au bout d'une chaussette relèvera plus d'un mode de construction de la chaussette que d'une marque ou encore comme une ornementation mineure de cette couture
 - un point de fauillage ou un point arrière (par opposition à un point de fantaisie ou un surpiquage), une pique (*stitching*) destinés uniquement à tenir 2 morceaux de vêtements ou constituant uniquement le mode même de couture
 - une bande de couleurs qui indiquerait où déchirer un emballage de cellophane dans lequel serait un vêtement.
- un élément qui n'aurait qu'une fonction ornementale
 - des fleurs sur une robe [mais peut alors être protégé par droit d'auteur ou dessin industriel]
 - des bandes parallèles sur un short (oui, oui, l'enregistrement des 3 bandes d'Adidas pour des vêtements a déjà été radié comme n'ayant qu'une fonction décorative mais c'était en 1978 [*Addidas (Canada) Ltd. c. Colins Inc.* 38 C.P.R. (2d) 145 (C.F.P.I.; 1978-01-18)])
 - une surpiqûre ou une broderie à moins qu'elle ne soit utilisée pour distinguer (attention, il peut y avoir également une protection par droit d'auteur ou dessin industriel).
- une appellation commune à une industrie
 - bord-à-bord (*edge-to-edge*)
 - sur-mesure (*custom made*)
 - grimace (*pucker*) pour un faux-pli
 - empire pour une robe puisque c'est un style
 - cintré (*fitted*)
 - ligne A (ou *A-line*) pour une robe ou une jupe ajustée aux hanches et s'élargissant jusqu'à l'ourlet, ce qui donne une forme de A (créée par Christian Dior et popularisée par Yves Saint Laurent)
 - robe parapluie...
- un grade de qualité
 - XXXL ou XS
 - petite
- un terme descriptif du produit (ou d'une qualité essentielle de celui-ci)
 - «undiz» pour des sous-vêtements
 - «tout chaud» pour des manteaux (y compris les variantes «to show», «tou cho» et «too chaud»)

Le sujet est complexe et a fait l'objet de beaucoup d'articles, notamment aux États-Unis. De la jurisprudence canadienne, l'on peut néanmoins tirer

- que ce qui est uniquement décoratif ne saurait constituer une marque de commerce enregistrable [ce qui n'empêchera pas une marque esthétiquement agréable d'être enregistrable];
- que ce qui est uniquement fonctionnel ne saurait constituer une marque de commerce enregistrable [ce qui n'empêchera pas une marque dont l'utilité est secondaire d'être enregistrable];
- que si la caractéristique résulte uniquement du processus de fabrication, la marque de commerce n'est pas enregistrable;
- que si la caractéristique n'est pas uniquement décorative ou utilitaire (donc secondaire), la marque est enregistrable;
- que le caractère fonctionnel (esthétique ou utilitaire) doit se rapporter à la marque elle-même et non à son support.

3.5 Des droits qui naissent de l'emploi

Il n'est pas requis qu'une marque soit enregistrée pour être protégée et c'est de l'emploi du signe, à titre de marque de commerce, que naissent des droits exclusifs.

Il demeure possible d'enregistrer une marque de commerce, ce qui permet de bénéficier de certains droits exclusifs et d'avantages procéduraux; c'est aussi une façon d'asseoir son programme de *licensing* et de droits dérivés.

L'enregistrement d'une marque de commerce donne le droit à l'emploi exclusif au Canada de cette marque pour les marchandises ou services visés par l'enregistrement de même que le droit de réprimer l'emploi d'une marque de commerce qui serait de nature à créer de la confusion ou à dévaluer l'achalandage d'une marque de commerce enregistrée.

Sauf pour les marques de commerce enregistrées à titre de signes distinctifs, la protection vise l'identification du produit plutôt que le produit lui-même.

3.6 Ce qui est enregistrable

En principe, tous les signes sont enregistrables, sauf... [Et le temps pressant, on sautera par dessus le «sauf», sauf pour préciser qu'il y a souvent «moyen de moyenner» sur cette question car autrement aucun designer ne pourrait enregistrer son nom comme marque de commerce.]

La loi pose que certains signes ne peuvent pas être enregistrés, pas exemple, un patronyme. Si tel était le cas, en absolu, aucun designer ne pourrait enregistrer sa marque de commerce. Nuançons.

La loi prohibe l'enregistrement d'une marque qui n'est qu'un nom de famille. Si la marque est accompagnée d'éléments distinctifs ou encore si la marque a d'autres significations qu'uniquement celle d'un nom de famille (par exemple, deux prénoms ou un nom commun) ou encore que ce nom de famille n'est pas très connu, la marque sera enregistrable. Si ce n'est pas le cas, un patronyme pourra quand même être enregistré à titre de marque de commerce pourvu qu'il soit démontré que par des ventes importantes la marque est devenue distinctive.

Une marque qui est le nom du produit dans une autre langue ou qui donne, en français ou en anglais, une description claire ou une description fausse ou trompeuse d'une caractéristique intrinsèque du produit, de son lieu d'origine ou de ses artisans ne sera pas à prime abord enregistrable.

Et, bien sûr, ne sera pas enregistrable une marque de commerce qui crée de la confusion avec une autre marque de commerce ou un nom commercial. D'où l'importance de recherches préalables pour s'éviter des surprises!

Le maître-mot, en tous les cas, demeurera de sélectionner ce qui peut distinguer les marchandises et présenter le signe à titre de marque de commerce et non comme un descriptif ou un enjolivement. À cet égard, un marquage approprié est de nature à diminuer un impact négatif.

3.7 Propriétaire

C'est celui qui utilise une marque à titre de propriétaire (par opposition à un agent ou distributeur) qui est le propriétaire de la marque. Il peut y avoir violation d'une marque, qu'elle soit enregistrée ou non; par contre, si une marque est enregistrée mais non employée, elle sera vulnérable à une demande de radiation.

4. Loi sur les brevets (L.R.C. 1985, c. P-4)

En résumé – In a nutshell

- Vise les inventions, c'est-à-dire une idée couplée à la façon de la mettre en œuvre.
- Nécessite 3 critères: nouveauté, utilité et activité inventive.
- Enregistrement obligatoire.
- Durée de protection limitée à 20 ans à partir du dépôt.
- Taxes entre 950 \$ et 1950 \$ + une taxe de maintien de 50 \$ à 650 \$ par année.

La forme d'un objet de la mode ou la disposition d'un dessin peut être conditionnée par sa fonction, par son but utilitaire. Dans ce cas, les règles en matière d'invention et de brevets s'appliquent aux innovations techniques. On pourra discuter longtemps sur le sujet en indiquant qu'il offre sans doute le meilleur régime de protection mais sans doute le plus coûteux.

Il vise entre autres les matériaux, les systèmes d'attache et autres améliorations dans le domaine de la mode de même que des procédés de fabrication.

Certaines idées farfelues peuvent faire l'objet de brevets (on dépassera cependant le stade de Jacques Carelman, *Catalogue d'objets introuvables* (Paris, Balland/Livre de poche, 1969), modernisé à [www. http://impossibleobjects.com/](http://impossibleobjects.com/); ou des amusements qui pullulent sur la toile, tel <http://video.answers.com/strange-clothing-inventions-516912691>).

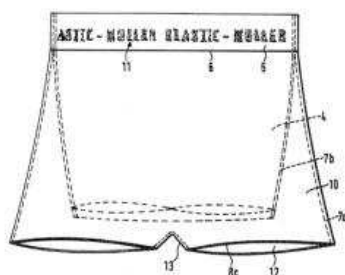
La simple idée d'une robe faite d'un matériau inhabituel, tels

- condoms
- papier d'annuaires téléphoniques
- vaisselle
- bulles de plastique (Lady Gaga en mars 2009 dans son *Fame Ball Tour*)
- bandes de caoutchouc
- capteurs de luminosité
- rubans adhésifs
- ballons
- aliments (viande, comme la robe de Lady Gaga –encore– créée par Franc Fernandez pour le *2010 MTV Music Awards*)
- fermetures à glissière
- la robe à colorier

comme telle ne sera pas protégeable.

Et le succès commercial n'est pas non plus un préalable:

Autant illustrer par divers exemples (encore une fois non exhaustifs) tirés du registre canadien des brevets.



CA 1299321 SHORTS OU JUPES AVEC COMBINAISON INTÉGRÉE

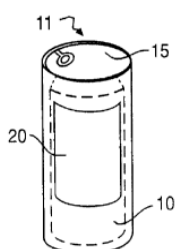
Abrégé: An article of clothing, namely a pair of shorts or a short skirt comprises a first body portion and a second body portion to be worn as an outer member and as an inner member of slip, respectively, and a waistband portion connecting the first and second portions. The first body portion, second body portion and waistband portion comprise a one-piece knitted tube with the waistband portion disposed between and connecting the first and second body portions. The second body portion has a

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTREAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

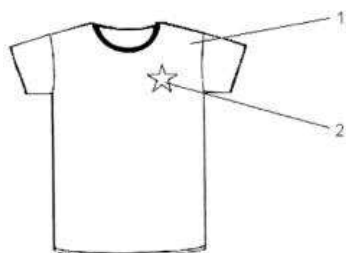
QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

front portion and a rear portion and is adapted to be folded inwardly into the first body portion along the waistband portion, thereby providing a slip or liner within the first body portion when worn by the wearer. Articles of clothing according to the invention present inner slips as holders for absorbent insert pads worn by incontinent adults and effectively conceal such incontinence aids more completely than prior known such garments. Moreover, the manner of construction permits on advantageously economical continuous manufacturing process in which individual garments are produced simply by the separation of pairs from one another and a subsequent folding process.



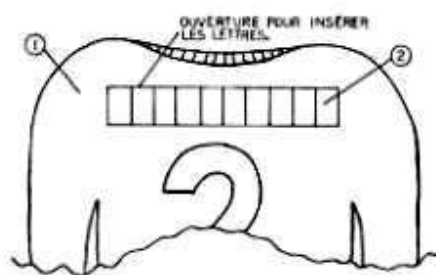
CA 2260056 PROCÉDÉ ET APPAREIL POUR FORMER, EMBALLER ET VENDRE DES VÊTEMENTS

Abrégé Pour vendre des vêtements, on leur confère tout d'abord une forme compacte, puis on les insère dans un récipient. Ce vêtement et son récipient sont ensuite vendus à partir d'un distributeur de boissons classique.



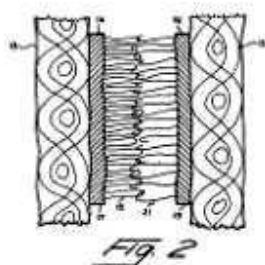
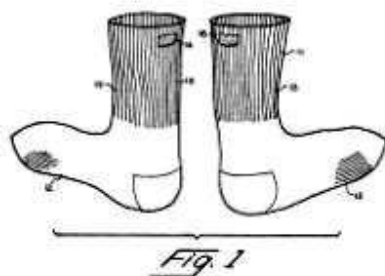
CA 2508986 MÉTHODE DE CRÉATION D'IMAGES CORPORELLES

Abrégé : A method of creating an image on the body. In particular, a novel method of creating a tanned image or text on the body using an article of clothing for a mask.



CA 2085429 SYSTÈME DE CARACTÈRES INTERCHANGEABLES POUR LES VÊTEMENTS

Abrégé : Les noms des joueurs sur les chandails sportifs sont habituellement cousus ou collés. Ces procédés présentent des inconvénients lorsqu'on veut changer les noms des joueurs. En effet, un certain temps est nécessaire pour cette opération et de plus, il y a un risque d'endommager les chandails. Dans la présente invention, un nouveau procédé offre la possibilité de changer le nom d'un joueur sur un chandail de façon rapide, simple et efficace. Cet élément est particulièrement avantageux lorsqu'un chandail peut être utilisé par différentes personnes. Le nouveau procédé consiste à coudre une bande de matière plastique transparente sur le chandail de façon à former des cases pouvant recevoir des lettres pour former le nom. Ainsi, le nom peut être remplacé à volonté en substituant de nouvelles lettres dans les cases.



CA 1083753 CHAUSSETTES INCORPORANT UNE PIÈCE FLEXIBLE SERVANT À LES APPARIER

Abstract of the disclosure: A pair of socks is held together from the time it is removed for laundering, during washing, and, later, by means of a flexible patch secured to each sock, the patches of a pair adhering to each other when pressed together. A manual pull will separate the socks for use. Flexible hook-and-pile patches are presently preferred inasmuch as their flexibility avoids stretching and tearing the socks during washing. The hook patches are prevented from catching on the trousers or other clothes of the wearer by closing an integral or attached patch of pile to cover these hook patches, and the patches are opened up for additional bonding area with matching hook-and-pile patches on the other sock.

Bref, deux morceaux d'adhésifs (Velcro®, par exemple) qui fera en sorte qu'au sortir de la sècheuse, il n'y aura plus de chaussettes orphelines.]

Conclusion

Et pour conclure bon ton, une citation:

Une mode a à peine détruit une autre mode, qu'elle est abolie par une plus nouvelle, qui cède elle-même à celle qui la suit, et qui ne sera pas la dernière.

—Jean de LA BRUYÈRE, *Les caractères de La Bruyère* (Vienne: de Schraembl, 1849), tome 2, à la page 191

ROBIC

+ DROIT
+ AFFAIRES
+ SCIENCES
+ ARTS

