

CHOISISSEZ UNE MARQUE DE CANNABIS QUE VOUS POUVEZ EMPLOYER

STELLA SYRIANOS*
ROBIC, S.E.N.C.R.L.

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE

L'industrie naissante du cannabis a sans aucun doute créé de nouvelles possibilités d'innovation et de croissance pour les entreprises, mais elle a également présenté des défis dans le choix d'une marque de commerce. À vrai dire, le choix d'une marque, quel que soit le marché, est généralement une tâche complexe. Il existe divers obstacles habituels dans la *Loi sur les marques de commerce* comme le choix d'une marque de commerce qui ne porte pas à confusion avec la marque de commerce (déposée ou non) d'un tiers. Cependant, l'industrie du cannabis est assujettie à davantage de restrictions législatives découlant de la *Loi sur le cannabis* et de son règlement.

Vous devez prendre en considération ces restrictions lorsque vous choisissez votre marque de commerce associée au cannabis (certaines exclusions s'appliquent), ou ses accessoires notamment des papiers à rouler, pipes, bongs et vaporisateurs présentés comme pouvant servir à la consommation de cannabis.

Parmi les préoccupations importantes se retrouvent les interdictions de présenter sur un emballage ou une étiquette, ou encore dans la promotion du cannabis, d'un accessoire ou d'un service lié au cannabis, un élément :

- dont il existe des motifs raisonnables de croire qu'il pourrait être attrayant pour les jeunes;
- qui correspond à des attestations ou à des témoignages, peu importe la façon dont ils sont exposés ou communiqués;
- qui représente une personne, un personnage ou un animal, réel ou fictif;
- qui associe le cannabis ou l'un de ses éléments de marque à une façon de vivre telle une façon de vivre intégrant notamment du prestige, des loisirs, de l'enthousiasme, de la vitalité, du risque ou de l'audace, ou qui évoque une émotion ou une image, positive ou négative, à l'égard d'une façon de vivre.

D'autres restrictions s'appliquent à l'emballage du cannabis: le symbole normalisé du cannabis doit figurer sur toute étiquette :



Cette obligation est d'intérêt aux titulaires de marque de commerce, car aucune indication (notamment une illustration, un signe, une marque, un symbole ou un dessin) ressemblant à s'y

© CIPS, 2018.

*Stella Syrianos est avocate et agente de marques chez ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce.

méprendre à ce symbole ne peut figurer sur le contenant dans lequel un produit du cannabis est emballé.

Il est à noter qu'une étiquette ne peut comporter qu'un seul élément de marque *autre que* le nom commercial et que cet autre élément doit figurer à un seul endroit sur l'espace principal de l'emballage. De plus, si l'élément de marque est une image (par exemple le logo de la société), il doit être d'une taille égale ou inférieure à celle du symbole normalisé du cannabis. Si l'élément de marque consiste uniquement en du texte, la taille des caractères doit être inférieure ou égale à celle des caractères de la mise en garde (« health warning message »). Il est à noter qu'aucune autre image ne peut apparaître sur l'emballage.

La poussée vers le *branding* ennuyeux s'étend à l'élément de marque qui peut figurer dans n'importe quelle police, pourvu qu'elle soit d'une seule couleur uniforme, non fluorescente, sans comporter de lustre métallique ni comporter de l'encre ayant des propriétés métalliques ou fluorescentes. D'autres restrictions s'appliquent également à la texture des emballages, qui doit être lisse, c'est-à-dire sans relief, embossages, replis décoratifs, soulèvements y compris des restrictions sur les composants de l'emballage tels l'encre activée par la chaleur, un panneau à rabat ainsi qu'une découpe.

Comme pour toute marque de commerce associée à des biens et services dans n'importe quel secteur, l'approche prudente consiste à vérifier la disponibilité de la marque (de préférence avant de commencer à l'employer) sous l'angle de la *Loi sur les marques de commerce* pour se prémunir contre des poursuites judiciaires. Toutefois, pour une marque de commerce liée au cannabis, cela pourrait ne pas suffire étant donné les nombreuses restrictions imposées spécifiquement à l'industrie du cannabis. Il est donc fortement recommandé de consulter un spécialiste avant d'adopter une marque liée au cannabis, puisque le choix d'une marque fait l'objet d'interdictions à de multiples niveaux qui auront un impact sur les types de marques de commerce et de campagnes/matériels promotionnels qui pourront être déployés au Canada.

Pour plus d'informations, nous vous invitons à contacter les professionnels qui font partie du groupe [Cannabis de ROBIC](#).