

Il ne faut pas craindre de sortir l'artillerie lourde

Publié le 17 octobre 2011 à 08h25 | Mis à jour le 17 octobre 2011 à 08h25



Photo Stéphane Champagne, collaboration spéciale

La firme Louis Garneau utilise le monitoring aux quatre coins de la planète afin de s'assurer que sa marque de commerce n'est pas violée.



[Stéphane Champagne](#), collaboration spéciale

La Presse

(Montréal) Qu'ont en commun Lise Watier et Louis Garneau? Leur marque de commerce respective a été violée. Neige, le parfum créé par Mme Watier, a été contrefait. Et M. Garneau s'est battu à l'étranger dans des pays où l'on tentait illégalement d'utiliser son célèbre nom. Pour remédier à la situation, ces deux fleurons du Québec inc. ont bien sûr fait appel à leurs avocats. Mais ils ont également eu recours à des agences privées de sécurité et de surveillance.

Lise Watier Cosmétiques a découvert à l'été 2005 que des faussaires écoulaient au Québec, au Canada et même jusqu'aux États-Unis, une imitation de son parfum Neige. Claude Sarrazin, président de l'agence de sécurité SIRCO, a reçu le mandat d'investiguer dans cette affaire.

L'enquête

Ses enquêteurs ont appliqué le modus operandi habituel: ils ont acheté le faux produit en se faisant passer pour de simples consommateurs. Ce faisant, ils ont cherché à savoir d'où venait le produit, à quels autres endroits on pouvait en trouver, qui en était le fournisseur, etc. «On cherche à remonter la filière. Notre travail est de monter une preuve qui servira à la fois aux avocats et aux policiers», explique M. Sarrazin. Selon lui, ce type d'enquête peut coûter entre 1000\$ et 10 000\$, voire davantage.

Les avocats de Lise Watier ont ensuite pris le relais. Ils ont rédigé un document d'une trentaine de pages afin d'obtenir, auprès d'un juge, un recours Anton Pillar. Il s'agit d'une injonction assortie d'un droit de perquisition. Ce type d'ordonnance s'obtient généralement au bout de deux ou trois jours, affirme Me Éric Ouimet, avocat en litige et associé chez BCF, le cabinet montréalais qui a défendu Lise Watier Cosmétiques.

Une telle démarche coûtera quelques dizaines de milliers de dollars, dit Éric Ouimet. «C'est relativement

dispendieux, mais le résultat est instantané. C'est à mon avis la seule façon d'arrêter de la contrefaçon rapidement», dit-il.

De nombreuses frappes ont permis de mettre un terme à la distribution des fausses bouteilles de Neige, l'un des parfums les plus vendus au Canada. «On a eu la sympathie des consommatrices et des détaillants. Ils nous ont aidé. Tout ça a été réglé très vite», dit Daphné Mollot, vice-présidente recherche et développement chez Lise Watier Cosmétiques.

Le fabricant québécois d'équipements de sport Louis Garneau a dû faire face à un tout autre problème. Ses produits n'ont pas été contrefaits. Des gens au Japon et en Chine ont cependant cherché à s'approprier illégalement son nom. Plusieurs l'oublient, mais les produits Louis Garneau sont présents dans 45 pays. Soit autant de pays où la PME doit enregistrer ses trois marques de commerce (Garneau, Louis Garneau et LG) si elle veut brasser des affaires en toute quiétude.

«On a entre 100 et 150 brevets, marques de commerce et dessins à gérer. Et ça nous coûte une fortune pour les entretenir. Il y a des gens qui ne respectent pas nos brevets et qui copient carrément nos produits. Bien souvent, on arrive à s'entendre avec eux. Mais l'un des gros problèmes qu'on a eu dernièrement, c'est le vol de nos marques. Si je peux donner un conseil aux entreprises, c'est d'enregistrer leur marque de commerce dans les pays où elles prévoient faire des affaires», explique Louis Garneau, président et chef de la direction de Louis Garneau Sports.

En collaboration avec ses avocats, Louis Garneau fait dorénavant appel à la firme montréalaise Onscope pour surveiller ses marques de commerce à l'étranger. «Grâce aux outils informatiques qu'ils ont développés et à leurs nombreux contacts, ils font de la vigie à travers le monde. Et ce type de service est assez abordable. Quelques centaines de dollars par année», explique Me Jean-François Drolet, associé chez Norton Rose à Québec.

Dépôt d'une marque

Selon M. Drolet, déposer sa marque de commerce dans un pays coûte environ 2000\$. Au Canada, il faut s'adresser à l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC). Fait intéressant: en Europe, il est possible de se prévaloir d'une marque communautaire. Pour 4000\$ votre marque de commerce sera reconnue dans 28 pays, pour une période d'environ dix ans. «Toute marque enregistrée doit cependant être utilisée dans un délai de trois ans. Sinon, il y aurait de l'abus», dit Me Drolet.

D'ailleurs, la contrefaçon et le vol de marque de commerce ne sont pas les seules activités pour lesquelles les agences de sécurité et de surveillance sont sollicitées. «Je dirais qu'au moins 50% des enquêtes ont trait à l'utilisation des marques de commerce. On vérifie si l'entreprise qui détient une marque en fait l'utilisation. Ça permet à celui qui veut enregistrer une marque de commerce de savoir s'il peut aller de l'avant ou non», explique Richard Marier, président du Groupe Canaprob.

Partager

Recommander

3

0