

Coup de publicité sans autorisation

Référence : Fradette, R. « Le logo du CMA reproduit sans autorisation. » *L'Acadie Nouvelle*, 16 janvier 2009.

Mots-clés : protection; marque de commerce; politique.

Contexte :

Un congrès mondial se prépare au nord du Nouveau-Brunswick et l'engouement de la communauté à son sujet a pris une tournure inattendue pour les organisateurs de l'événement.

Problème identifié :

L'organisation responsable de l'événement s'est rendu compte que depuis plusieurs semaines, environ une dizaine de regroupements et d'organismes de la région se servent du nom et du logo du congrès sans permission pour promouvoir des activités et la vente de produits qui n'ont aucun lien avec l'événement.

Causes du problème :

Le nom du congrès et son logo ont été enregistrés auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada comme marque de commerce de l'événement, donc toute utilisation commerciale du nom ou du logo du congrès sans avoir au préalable une permission écrite du directeur général de l'événement va à l'encontre des règles d'utilisation de la propriété intellectuelle.

Objectifs à atteindre :

Le directeur général de l'événement a fait parvenir aux différents intervenants des médias une lettre comportant des renseignements sur la loi régissant l'utilisation de la marque de commerce du congrès afin qu'ils avisent la population en général quant à une utilisation non conforme du nom et du logo de l'événement.

Solution envisagée :

Le directeur général de l'événement invite les organismes et les regroupements qui désirent faire la promotion d'activités culturelles au profit de toute la communauté en utilisant la marque de commerce du congrès à lui en faire la demande par écrit.

Mise en œuvre de la solution :

Les organismes et les regroupements ayant utilisé sans autorisation la marque de commerce du congrès ont été contactés par le directeur général qui les a informés des règles à respecter concernant la propriété intellectuelle de l'événement. Le directeur général est d'avis que cette utilisation sans autorisation de la marque de commerce du congrès par ces organismes et ces regroupements découle d'une méconnaissance de la politique en vigueur sur l'utilisation du nom et du logo d'un événement.