

## Concurrence et marque de commerce

Référence : PC. « Microcell poursuit ses concurrents pour atteinte à sa marque de commerce. » *Le Devoir*, 24 février, 2004.

Mots clés : protection; marque de commerce; concurrence.

### Contexte :

Un fournisseur de service de communication sans fil a dû réagir à des pratiques déloyales de la part de ses concurrents en ce qui a trait à l'utilisation de sa marque de commerce.

### Problème identifié :

Depuis sa création, ce fournisseur de service de communication sans fil investissait dans l'image de sa marque de commerce. Il avait choisi d'utiliser des chiens pour promouvoir son service. Or, ses concurrents avaient eux aussi utilisé cet animal dans certaines de leurs publicités.

### Causes du problème :

En plus d'utiliser la marque de commerce du fournisseur d'une manière inappropriée et de porter préjudice à son image de marque, ses concurrents avaient aussi mis en place des offres alléchantes visant exclusivement ses clients. Le fournisseur soutenait que les stratégies utilisées par ses concurrents réduisaient l'achalandage de la clientèle pour son service.

### Objectifs à atteindre :

La compagnie désirait empêcher ses concurrents de recourir à des pratiques malhonnêtes de marketing, notamment d'utiliser sans son consentement sa marque de commerce et de nuire à sa notoriété.

### Solution envisagée :

L'entreprise de téléphone sans fil a envisagé d'intenter une poursuite judiciaire contre ses concurrents afin qu'ils cessent de ternir son image.

### Mise en œuvre de la solution :

En vue d'atteindre son objectif, la compagnie de téléphonie a demandé une injonction contre ses concurrents à la Cour supérieure du Québec.

### Résultats atteints :

La Cour n'avait pas encore statué sur cette cause. Par contre, quelques mois auparavant, un problème similaire avait eu lieu opposant le fournisseur à l'un de ses concurrents. La Cour avait donné gain de cause au fournisseur.