

**PROJET DE LOI C-47 : LOI SUR LES MARQUES
OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES**

Andrew Kitching
Division du droit et du gouvernement

Marc-André Pigeon
Division de l'économie

Le 30 avril 2007
Révisé le 26 septembre 2007



Bibliothèque
du Parlement

Library of
Parliament

**Service d'information et
de recherche parlementaires**

HISTORIQUE LÉGISLATIF DU PROJET DE LOI C-47

CHAMBRE DES COMMUNES

Étape du projet de loi	Date
Première lecture :	2 mars 2007
Deuxième lecture :	17 mai 2007
Rapport du comité :	6 juin 2007
Étape du rapport :	14 juin 2007
Troisième lecture :	14 juin 2007

SÉNAT

Étape du projet de loi	Date
Première lecture :	14 juin 2007
Deuxième lecture :	19 juin 2007
Rapport du comité :	21 juin 2007
Étape du rapport :	
Troisième lecture :	21 juin 2007

Sanction royale : 22 juin 2007

Lois du Canada 2007, chapitre 25

N.B. Dans ce résumé législatif, tout changement d'importance depuis la dernière publication est indiqué en **caractères gras**.

Renseignements sur l'historique du projet de loi :
Michel Bédard

THIS DOCUMENT IS ALSO
PUBLISHED IN ENGLISH

TABLE DES MATIÈRES

	Page
INTRODUCTION	1
DESCRIPTION ET ANALYSE.....	2
A. Dispositions concernant les marques de commerce.....	2
1. Définitions (art. 2).....	3
2. Marques interdites (art. 3).....	3
3. Actes interdits (marketing insidieux) (art. 4).....	4
B. Recours et mesures d'application	5
1. Présentation d'une demande et réparation (art. 5, 6 et 7)	6
2. Ordonnances d'un tribunal à l'égard de marchandises importées (art. 8, 9 et 10)	7
3. Prise de règlements et périodes d'application (art. 12 et 13).....	8
COMMENTAIRES.....	8
 ANNEXE A : ANNEXES 1, 2 ET 3 DU PROJET DE LOI C-47	



CANADA

LIBRARY OF PARLIAMENT
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

PROJET DE LOI C-47 : LOI SUR LES MARQUES
OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES*

INTRODUCTION

Le droit de la propriété intellectuelle est constitué d'un ensemble de droits qui sont protégés par des lois et qui visent l'expression de certains types d'informations, d'idées, d'innovations ou d'autres notions. Une marque de commerce est un signe ou un symbole distinctif utilisé pour désigner de manière exclusive des produits et services au consommateur et les distinguer des produits et services concurrents. Au Canada, les droits sur les marques de commerce sont protégés par la *Loi sur les marques de commerce* fédérale⁽¹⁾.

Le projet de loi C-47 : Loi sur les marques olympiques et paralympiques⁽²⁾ a été présenté à la Chambre des communes par le ministre de l'Industrie, l'honorable Maxime Bernier, le 2 mars 2007. Le projet de loi établit un cadre juridique séparé pour les marques de commerce olympiques en prévision des Jeux olympiques qui auront lieu à Vancouver en 2010. Il donne au Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de Vancouver de 2010 (le Comité d'organisation) des pouvoirs considérables pour interdire l'utilisation des marques olympiques à toute entreprise ou à tout particulier qui cherche à profiter d'une association non autorisée avec les Jeux de 2010. Les dispositions auxquelles le projet de loi donnera force de loi ne sont toutefois pas rédigées exclusivement en fonction des Jeux de 2010, mais pourront s'appliquer à tous les Jeux olympiques que le Canada pourra vouloir accueillir à l'avenir⁽³⁾.

* Avertissement : Par souci de clarté, les propositions législatives du projet de loi décrit dans le présent résumé législatif sont énoncées comme si elles avaient déjà été adoptées ou étaient déjà en vigueur. Il ne faut pas oublier, cependant, qu'un projet de loi peut faire l'objet d'amendements au cours de son examen par la Chambre des communes et le Sénat, et qu'il est sans effet avant d'avoir été adopté par les deux chambres du Parlement, d'avoir reçu la sanction royale et d'être entré en vigueur.

(1) L.R., 1985, ch. T-13.

(2) Titre intégral : Loi concernant la protection des marques liées aux Jeux olympiques et aux Jeux paralympiques et la protection contre certaines associations commerciales trompeuses et apportant une modification connexe à la Loi sur les marques de commerce, 1^{re} session, 39^e législature, 2007.

(3) L'expression « comité d'organisation » n'est pas utilisée pour désigner spécifiquement le Comité d'organisation des Jeux de Vancouver de 2010 dans le projet de loi, mais elle l'est, par souci d'économie, dans le présent résumé législatif. Si le Canada devait accueillir les Jeux olympiques dans le futur, les marques de commerce de ces jeux pourraient être désignées par règlement dans des annexes, sans qu'il y ait lieu de modifier la *Loi sur les marques olympiques et paralympiques*.

Le projet de loi protège un ensemble d'images, de mots et d'expressions associés aux Jeux olympiques en général et aux Jeux olympiques et paralympiques de Vancouver en particulier⁽⁴⁾. Il accorde également la protection des marques de commerce à toute marque ou publicité qui, si elle est utilisée sans autorisation par une entreprise, risque d'amener le public à croire que cette entreprise est un commanditaire officiel des Jeux. Cette disposition semble être une tentative pour freiner ce qu'on appelle le « marketing insidieux ». Enfin, le projet de loi permet aux demandeurs d'obtenir rapidement une injonction contre quiconque est soupçonné de contrevenir à la loi.

DESCRIPTION ET ANALYSE

A. Dispositions concernant les marques de commerce

Pour obtenir l'exclusivité d'une marque de commerce au Canada, il faut l'enregistrer, ce qui constitue une preuve de propriété. Le processus d'enregistrement vise à décourager toute violation des marques de commerce en faisant en sorte que les nouveaux enregistrements ne compromettent pas les marques de commerce existantes et en permettant la contestation des demandes.

L'enregistrement d'une marque de commerce comprend les étapes suivantes :

- la recherche préliminaire des marques de commerce existantes;
- la demande;
- l'examen par le Bureau des marques de commerce;
- la publication de la demande dans le *Journal des marques de commerce*;
- l'opposition, par contestation de la demande;
- l'enregistrement, s'il n'y a pas d'opposition.

Les dispositions du projet de loi concernant les marques de commerce ont pour effet d'enregistrer les marques de commerce figurant aux annexes 1, 2 et 3 du projet de loi.

(4) Ces images, mots et expressions figurent explicitement dans trois annexes du projet de loi, regroupées dans l'annexe A du présent résumé législatif.

1. Définitions (art. 2)

L'article 2 définit les termes utilisés dans le projet de loi, en particulier les expressions « Comité olympique canadien » (COC), « Comité paralympique du Canada » (CPC) et tout « comité d'organisation » responsable de la planification des événements olympiques.

L'article 2 définit également le terme « marque ». Une « marque olympique ou paralympique » s'entend de toute marque figurant aux annexes 1 ou 2 du projet de loi. Les marques figurant à l'annexe 1 comprennent des termes comme « olympiques » et « olympie », des expressions comme « plus vite, plus haut, plus fort » et « l'esprit en mouvement », et des images comme les anneaux olympiques et le logo inukshuk (une sculpture de pierre traditionnelle chez les Inuits) des Jeux de Vancouver de 2010. Les marques figurant à l'annexe 2 se rapportent spécifiquement aux Jeux de Vancouver de 2010 et ne s'appliquent que jusqu'au 31 décembre 2010.

2. Marques interdites (art. 3)

L'article 3 interdit d'abord l'emploi d'une « marque olympique ou paralympique », de sa traduction ou de toute « marque dont la ressemblance avec celle-ci est telle qu'on pourrait vraisemblablement les confondre » à l'égard d'une entreprise dirigée par une entité ou une personne autre que le COC, le CPC ou un comité d'organisation.

Le paragraphe 3(4) énonce plusieurs exceptions ou restrictions à l'interdiction générale, et énumère les personnes et les entités qui ont le droit d'employer une « marque olympique ou paralympique » ou toute marque qui ressemble à ces marques. En voici la liste :

- *Utilisateur approuvé* : Personne qui a obtenu du Comité d'organisation, du COC ou du CPC l'autorisation écrite d'utiliser la ou les marques et qui agit en conséquence.
- *Marques de commerce utilisées avant le 2 mars 2007* : Le propriétaire d'une marque de commerce – ou titulaire d'une licence d'emploi la visant – qui a employé cette marque avant le 2 mars 2007 ou avant la publication, dans la partie I de la *Gazette du Canada*, du décret d'inscription d'une marque olympique ou paralympique à l'annexe 1 ou 2 du projet de loi peut continuer à employer cette marque de commerce. Toutefois, seuls les marchandises et services d'une même catégorie générale que ceux qui ont été vendus avant le dépôt du projet de loi sont visés par cette exception. L'alinéa 3(4)b) permettrait ainsi à un restaurant qui s'appellerait, par exemple, Olympia Pizza et qui serait établi comme tel depuis le milieu des années 1990 de *continuer* d'apposer un symbole olympique sur ses enseignes, mais probablement pas de *commencer* à vendre du matériel de ski ou des figurines portant son nom ou son logo.

- *Autorités publiques* : Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial, une université, une autorité publique, ou une personne autorisée par l'une ou l'autre de ces entités, peut employer un insigne, un écusson, un emblème ou toute autre marque à l'égard de laquelle ces entités ont donné un avis public en application de la *Loi sur les marques de commerce* avant le 2 mars 2007 ou avant la date de la publication dans la partie I de la *Gazette du Canada* du décret d'inscription d'une marque olympique ou paralympique à l'annexe 1 ou 2.
- *Étiquettes de bouteille de vin ou de spiritueux* : L'alinéa 3(4)f) exempte les bouteilles de vin ou de spiritueux à condition que les étiquettes portent une « indication géographique protégée » et que le vin ou le spiritueux provienne du territoire visé par l'indication.
- *Adresses, noms de lieux géographiques* : L'alinéa 3(4)g) exempte l'adresse et le nom du lieu géographique où est située une entreprise dans la mesure où ils indiquent exactement l'origine des marchandises ou des services en question *ou* sont nécessaires pour expliquer ces derniers au public.
- *Noms de personnes* : L'alinéa 3(4)h) exempte l'emploi de noms de personnes des interdictions générales.
- *Athlètes ayant participé ou ayant été choisis pour participer aux Jeux olympiques ou paralympiques* : L'alinéa 3(4)i) exempte ces athlètes des interdictions générales, ainsi que les personnes qui ont reçu d'eux la permission d'utiliser des symboles olympiques.
- *Nouvelles et critiques* : Le paragraphe 3(5) exempte explicitement les nouvelles et les critiques relatives aux Jeux olympiques et aux Jeux paralympiques.
- *Œuvres artistiques* : **Les œuvres artistiques, au sens de la *Loi sur le droit d'auteur*, sont aussi exemptées des interdictions générales, si ces œuvres ne sont pas reproduites à l'échelle commerciale.**

Les descriptions à caractère juridique des exceptions énumérées ci-dessus visent à indiquer que ces exceptions sont exhaustives, ce qui veut dire que l'emploi d'une marque qui ne correspond à aucune de ces exceptions est interdit.

3. Actes interdits (marketing insidieux) (art. 4)

L'article 4 interdit tout acte qui trompe ou risque fort de tromper le public en lui laissant croire que les marchandises et les services d'une personne ou d'une entité sont « approuvés, autorisés ou sanctionnés » par un comité d'organisation, le COC ou le CPC, ou associés commercialement à l'un d'eux. L'article vise à réduire au minimum le « marketing insidieux », une sorte de piégeage commercial qui s'entend des efforts délibérés d'une entreprise pour affaiblir – ou piéger – la commandite « officielle » de son concurrent en faisant de la

promotion et de la publicité dans le but de s'approprier une part de la clientèle d'un événement ou d'un établissement, tout en cherchant à tromper le public acheteur quant à l'identité de l'entreprise qui détient réellement les droits de la commandite officielle⁽⁵⁾. Ainsi, en 2006, lors de la Coupe mondiale de la FIFA, Lufthansa a peint un ballon de football sur le nez de ses avions de transport de passagers, même si elle n'était pas un commanditaire officiel du tournoi⁽⁶⁾.

En outre, le paragraphe 4(2) exige que le tribunal tienne compte de la mesure dans laquelle l'entreprise, qu'il s'agisse d'un individu ou d'une personne morale, a employé une combinaison des « expressions » figurant à l'annexe 3 du projet de loi (voir l'annexe A du présent résumé législatif)⁽⁷⁾. Enfin, le paragraphe 4(3) renferme une disposition de défense qui exempte le fait de placer une publicité à proximité d'une publication, imprimée ou sur support électronique, contenant une marque olympique ou paralympique, ce qui voudrait dire, par exemple, qu'une équipe de la télévision qui tournerait un film montrant des marques olympiques ne contreviendrait pas au projet de loi.

B. Recours et mesures d'application

Les différends entre parties au sujet de la *Loi sur les marques de commerce* peuvent être réglés devant la Cour fédérale du Canada ou devant toute cour supérieure d'une province.

Une injonction provisoire (ou interlocutoire) est une ordonnance d'un tribunal qui a pour effet de suspendre temporairement une activité jusqu'à ce que les faits soient déterminés dans le cadre d'un procès en bonne et due forme. Par exemple, si la construction d'un mur de soutènement risque de causer une inondation sur le terrain d'un voisin, ce dernier peut obtenir une injonction provisoire pour empêcher la construction du mur en attendant le règlement du différend. Lorsqu'il accorde une injonction provisoire, le tribunal, au cas où il finirait par conclure que l'injonction n'aurait jamais dû être accordée au départ, peut exiger du demandeur qu'il s'engage à réparer tout préjudice découlant de l'injonction.

(5) Steve McKelvey, « Sans Legal Restraint, No Stopping Brash, Creative Ambush Marketers », *Brandweek*, 18 avril 1994.

(6) Doreen Carvajal, « Can't tell the sponsors without a scorecard », *International Herald Tribune*, 31 mai 2006 (<http://www.ihf.com/articles/2006/05/03/business/sportsbiz.php>).

(7) L'annexe 3 comprend deux parties. La première énumère les expressions qui semblent se rapporter au fait que Vancouver accueille les XXI^e Jeux d'hiver (Jeux, vingt et unième, XXI^e) et que ces jeux auront lieu en 2010, alors que la deuxième partie énumère les termes qui se rapportent à des médailles (or, argent, bronze), au lieu des Jeux (Vancouver, Whistler), et au fait qu'il s'agit de Jeux d'hiver (hiver) et qu'ils sont commandités (commanditaire).

En cas de violation d'une marque de commerce, la partie lésée peut demander une injonction qui forcera la partie contrevenante à ne plus l'employer. Le droit des marques de commerce exige en général du propriétaire d'une marque de commerce de prouver qu'il subira un « préjudice irréparable » pour que lui soit accordée une injonction contre l'auteur de la violation. Autrement dit, le demandeur est tenu de démontrer au tribunal que l'injonction est nécessaire parce que d'éventuels dommages-intérêts ne pourront l'indemniser adéquatement du préjudice subi lorsque le cas présumé de violation fera l'objet d'une audience en bonne et due forme. Le projet de loi modifie le critère pour que la partie lésée obtienne plus facilement une injonction et il donne aux tribunaux d'importants pouvoirs pour déterminer quelle sera la réparation si la demande est accueillie.

1. Présentation d'une demande et réparation (art. 5, 6 et 7)

Selon l'article 5 du projet de loi, le COC, le CPC ou le Comité d'organisation peut présenter une demande devant le tribunal contre toute personne ou entité qu'il estime avoir contrevenu aux articles 3 et 4. Une partie privée (titulaire d'une licence) peut aussi demander réparation pour violation des dispositions du projet de loi, mais seulement si elle en a reçu l'autorisation écrite. Pendant une « période réglementaire » (à établir dans un règlement non encore publié), seul le Comité d'organisation a le pouvoir absolu de présenter une demande au tribunal. Le COC, le CPC et tout titulaire d'une licence doivent obtenir le consentement écrit du Comité d'organisation pour présenter une demande⁽⁸⁾. Pendant « toute autre période », le COC et le CPC sont les premiers habilités à appliquer les dispositions du projet de loi et pourraient empêcher le Comité d'organisation ou le titulaire d'une licence de présenter la demande. Dans les deux cas, l'autorisation de présenter une demande ne peut toutefois être refusée pour des motifs déraisonnables.

Si la demande est présentée, l'article 5 permet au tribunal de rendre une ordonnance qu'il juge indiquée dans les circonstances. L'ordonnance peut prévoir :

- une injonction imposant la suspension immédiate de la production ou de la distribution des marchandises et des services en cause;

(8) Si le Comité d'organisation ne répond pas dans les dix jours, la demande peut être présentée sans consentement écrit.

- une allocation pour recouvrement de profit et une allocation de dommages punitifs;
- la publication de publicités correctives par la partie contrevenante;
- la disposition par destruction, par exportation ou autrement des « marchandises, colis, étiquettes et matériels publicitaires en cause », y compris les matrices employées pour marquer ceux-ci.

Selon l'article 6, une injonction provisoire ou interlocutoire peut être accordée pour tout acte présumé contrevenir aux articles 3 ou 4 sans que le demandeur soit tenu de prouver qu'il subira un préjudice irréparable. Cette modification du critère d'injonction provisoire ne s'applique que pendant une période réglementaire.

L'article 7 impose un délai, disposant que le tribunal ne peut accorder aucune réparation à moins que la partie lésée présente une demande dans les trois ans suivant la contravention aux dispositions du projet de loi.

La loi est muette sur tout engagement que le tribunal pourrait exiger du demandeur concernant les dommages-intérêts; on peut présumer qu'une injonction pourrait être conditionnelle à un engagement.

2. Ordonnances d'un tribunal à l'égard de marchandises importées (art. 8, 9 et 10)

Le paragraphe 8(1) permet à un tribunal d'ordonner au ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile (le Ministre) de retenir toute marchandise importée qui, selon le demandeur, contrevient à l'article 3 du projet de loi. Le tribunal peut aussi demander au Ministre d'aviser les parties intéressées, et la demande peut être présentée *ex parte*, c'est-à-dire sans que soit avisée la personne dont les marchandises sont retenues.

Si le tribunal estime que la distribution des marchandises retenues contrevient à l'article 3, il peut en ordonner la remise au demandeur, la destruction ou l'exportation hors du pays⁽⁹⁾. Aux termes du paragraphe 8(2), le demandeur peut être le Comité d'organisation, le COC ou le CPC. De nouveau, le projet de loi fait la distinction entre la « période réglementaire » et « toute autre période ». Dans le premier cas, le COC et le CPC doivent obtenir l'autorisation écrite du Comité d'organisation. S'ils ne reçoivent aucune réponse dans les dix jours suivant la réception de la demande d'autorisation, ils peuvent présenter leur demande

(9) Rien n'explique pourquoi l'al. 8(1)*b*) du projet de loi ne renvoie qu'à l'art. 3, et non à l'art. 4, qui interdit le marketing insidieux. La raison pour laquelle les marchandises importées faisant l'objet d'un « marketing insidieux » ne sont pas retenues et confisquées à la frontière canadienne n'est pas claire.

au tribunal. Dans le deuxième cas, le Comité d'organisation doit obtenir une autorisation écrite. Une partie privée ou un titulaire d'une licence n'est pas habilité à présenter une demande visant à retenir et à confisquer des marchandises à la frontière canadienne, mais doit plutôt convaincre le Comité d'organisation, le COC ou le CPC d'agir en son nom.

Le paragraphe 8(5) permet au tribunal d'exiger des engagements du demandeur, par exemple de fournir une garantie en vue de couvrir les droits de douane, les frais de transport et d'entreposage, ainsi que les dommages que pourrait subir le propriétaire ou l'importateur. Le paragraphe 8(6) permet au Ministre de demander au tribunal des instructions quant à l'application d'une ordonnance rendue au titre des dispositions relatives à la rétention. En vertu du paragraphe 8(7), le Ministre peut permettre une inspection des marchandises retenues afin de constituer une preuve. Le paragraphe 8(8) oblige le Ministre à dédouaner les marchandises retenues sans autre avis si, dans les deux semaines prévues, il n'a pas été avisé qu'une action a été intentée. L'article 9 dispose que si le tribunal ordonne l'exportation des marchandises, les marques de commerce en cause doivent être enlevées.

L'article 10 dispose que la Cour fédérale connaît de toute action intentée aux termes des dispositions du projet de loi.

3. Prise de règlements et périodes d'application (art. 12 et 13)

L'article 12 permet au gouverneur en conseil de prendre des règlements pour désigner les marques de commerce visées par une protection accrue (par adjonction ou suppression de marques aux annexes 1, 2 et 3) et préciser la période de protection accrue.

Aux termes de l'article 13 et du paragraphe 15(2), la date d'échéance des marques enregistrées aux annexes 2 et 3 est le 31 décembre 2010. L'article 14 modifie la *Loi sur les marques de commerce* afin d'interdire l'enregistrement de toute marque visée par le projet de loi. Selon le paragraphe 15(1), la plupart des dispositions du projet de loi entreront en vigueur à la date fixée par décret.

COMMENTAIRES

Le projet de loi C-47 accorde aux symboles olympiques une protection qui dépasse celle accordée aux marques de commerce ordinaires. Il serait possible d'invoquer la législation canadienne actuelle sur la propriété intellectuelle pour protéger les symboles et les marques olympiques, mais le nombre d'infractions possibles dans une courte période semble justifier une protection accrue.

Il y a eu un vif débat sur les tactiques utilisées lors d'événements sportifs pour décourager le marketing insidieux. Le Royaume-Uni vient d'adopter une loi qui interdira, entre autres choses, le marketing insidieux lors des Olympiques de 2012⁽¹⁰⁾. Une coalition de publicitaires a soutenu que cette loi est draconienne et trop restrictive. Ainsi, la loi interdirait à une entreprise d'utiliser l'expression « venez à Londres en 2012 »⁽¹¹⁾. Des publicitaires britanniques considèrent que ces restrictions risquent d'atténuer l'« effet de halo » que les Jeux olympiques devraient produire sur le plan économique et ils affirment que « les entreprises londoniennes en particulier feront les frais de ces Jeux, mais ne pourront en tirer profit parce qu'elles devront essentiellement prétendre qu'ils n'ont pas lieu »⁽¹²⁾.

Certains disent qu'on peut pousser trop loin l'interdiction du marketing insidieux. Un exemple surprenant de tentative d'empêcher le marketing insidieux est le cas où plus d'un millier de partisans hollandais ont dû, lors de la Coupe mondiale 2006 de la FIFA, en Allemagne, renoncer à leurs shorts orange durant un match contre la Côte d'Ivoire. Les shorts portaient la marque « Bavaria », alors que la brasserie Bavaria (Pays-Bas) n'était pas un commanditaire officiel de la Coupe mondiale. Lorsque les partisans hollandais ont tenté d'entrer dans le stade, ils ont été sommés par les officiels de la FIFA de retirer leurs shorts et ont dû suivre le match en sous-vêtements⁽¹³⁾. Avant cet incident, Heineken, un des commanditaires officiels de l'Association hollandaise de football, avait intenté une action contre la brasserie Bavaria en Hollande, mais en vain; le juge hollandais a statué que les partisans pouvaient porter ce qu'ils voulaient.

Tel qu'il a été déposé, le projet de loi C-47 semble répondre à certaines de ces inquiétudes. Il est clair qu'il permet au COC, au CPC et au Comité d'organisation d'obtenir plus facilement des injonctions contre toute marque dont on présume qu'elle porte atteinte à la marque olympique, mais il impose des limites à la portée légale de ces pouvoirs en prévoyant des

(10) *London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006*, ch. 12 (http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2006/ukpga_20060012_en.pdf).

(11) Andrew Fraser, « Olympics bill comes under attack », *BBC Sport*, 16 août 2005 (http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/other_sports/olympics_2012/4744983.stm).

(12) *Ibid.* [traduction].

(13) Luke Harding et Andrew Cuff, « The new World Cup rule: take off your trousers, they're offending our sponsor », *Guardian Unlimited*, 19 juin 2006 (<http://football.guardian.co.uk/worldcup2006/story/0,,1800885,00.html>).

exceptions. Ainsi, il protège les critiques et l'utilisation de symboles olympiques dans les médias. Il protège aussi les entreprises qui emploient des symboles associés qui datent d'avant les Jeux, ainsi que les producteurs de vins et de spiritueux qui emploient des expressions figurant aux annexes 1, 2 et 3 pour décrire l'origine de leurs produits. De même, il pourrait limiter considérablement la période pendant laquelle il sera possible d'obtenir des injonctions provisoires sans devoir prouver un préjudice irréparable.

Les médias ont rapporté une baisse de la popularité du marketing insidieux au Canada et, en fait, il y a eu peu de cas de cette pratique durant les Jeux de Turin de 2006⁽¹⁴⁾. En fin de compte, l'appui du public au projet de loi dépendra sans doute de la confiance que le COC, le CPC et le Comité d'organisation pourront inspirer en exerçant avec modération leurs nouveaux pouvoirs. Les incidents comme celui impliquant des partisans hollandais de football seraient sans doute accueillis avec dérision, comme cet incident l'a été en Europe. À Vancouver, au moins un commentateur a fait observer que les premiers indices laissent présager qu'une application abusive de la *Loi sur les marques de commerce* par le Comité d'organisation risquerait d'avoir pour effet d'étouffer l'art contestataire et la critique concernant les Jeux de 2010⁽¹⁵⁾.

(14) Keith McArthur, « Piggybacking on Olympic ads losing favour », *The Globe and Mail* [Toronto], 14 février 2006 (<http://www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20060214.wxrolympic14s/BNStory/Torino2006/Torino2006>).

(15) Pieta Woolley, « Do Olympic rings bind art? », *The Georgia Straight*, 25 mai 2005 (<http://www.straight.com/article/do-olympic-rings-bind-art>).

ANNEXE A

ANNEXES 1, 2 ET 3 DU PROJET DE LOI C-47

ANNEXE A

ANNEXES 1, 2 ET 3 DU PROJET DE LOI C-47⁽¹⁾

SCHEDULE 1
(Subsection 2(1) and paragraphs 3(4)(c) and (e) and 12(2)(a))
MARKS

1. Canadian Olympic Committee
2. Canadian Paralympic Committee
3. *Citius, Altius, Fortius*
4. Comité international olympique
5. Comité international paralympique
6. Comité olympique canadien
7. Comité paralympique canadien
8. Faster, Higher, Stronger
9. International Olympic Committee
10. International Paralympic Committee
11. Jeux olympiques
12. Jeux paralympiques
13. L'esprit en mouvement
14. Olympia
15. Olympiad
16. Olympiades
17. Olympian
18. Olympic
19. Olympic Games
20. Olympics
21. Olympic
22. Olympien
23. Olympique
24. Olympiques
25. Paralympiad
26. Paralympiades
27. Paralympian
28. Paralympic
29. Paralympic Games
30. Paralympics

ANNEXE 1
(paragraphe 2(1) et alinéas 3(4)(c) et (e) et 12(2)(a))
MARQUES

1. Canadian Olympic Committee
2. Canadian Paralympic Committee
3. *Citius, Altius, Fortius*
4. Comité international olympique
5. Comité international paralympique
6. Comité olympique canadien
7. Comité paralympique canadien
8. Faster, Higher, Stronger
9. International Olympic Committee
10. International Paralympic Committee
11. Jeux olympiques
12. Jeux paralympiques
13. L'esprit en mouvement
14. Olympia
15. Olympiad
16. Olympiades
17. Olympian
18. Olympic
19. Olympic Games
20. Olympics
21. Olympic
22. Olympien
23. Olympique
24. Olympiques
25. Paralympiad
26. Paralympiades
27. Paralympian
28. Paralympic
29. Paralympic Games
30. Paralympics

(1) Source : Projet de loi C-47 (http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Language=f&Parl=39&Ses=1&Mode=1&Pub=Bill&Doc=C-47_1).

- 30. Paralympics
- 31. Paralympien
- 32. Paralympique
- 33. Paralympiques

- 34. Plus vite, plus haut, plus fort
- 35. Spirit in Motion



- 30. Paralympics
- 31. Paralympien
- 32. Paralympique
- 33. Paralympiques

- 34. Plus vite, plus haut, plus fort
- 35. Spirit in Motion



SCHEDULE 2

(Subsections 2(1) and (3), paragraphs 3(4)(c) and (e) and 12(2)(b) and section 13)

MARKS



	Column 1	Column 2
Item	Mark	Expiry Date
1.	Canada 2010	December 31, 2010
2.	Canada's Games	December 31, 2010
3.	Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver	December 31, 2010
4.	COVAN	December 31, 2010
5.	Games City	December 31, 2010
6.	Jeux de Vancouver	December 31, 2010
7.	Jeux de Whistler	December 31, 2010
8.	Jeux du Canada	December 31, 2010
9.	Les Jeux entre mer et ciel	December 31, 2010
10.	Sea to Sky Games	December 31, 2010
11.	Vancouver 2010	December 31, 2010
12.	Vancouver Games	December 31, 2010
13.	Vancouver Organizing Committee for the 2010 Olympic and Paralympic Winter Games	December 31, 2010
14.	VANOC	December 31, 2010
15.	Ville des Jeux	December 31, 2010
16.	Whistler 2010	December 31, 2010
17.	Whistler Games	December 31, 2010



ANNEXE 2

(paragraphe 2(1) et (3) et alinéas 3(4)(c) et (e) et 12(2)(b) et article 13)

MARQUES

	Colonne 1	Colonne 2
Article	Marque	Date de cessation d'effet
1.	Canada 2010	le 31 décembre 2010
2.	Canada's Games	le 31 décembre 2010
3.	Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver	le 31 décembre 2010
4.	COVAN	le 31 décembre 2010
5.	Games City	le 31 décembre 2010
6.	Jeux de Vancouver	le 31 décembre 2010
7.	Jeux de Whistler	le 31 décembre 2010
8.	Jeux du Canada	le 31 décembre 2010
9.	Les Jeux entre mer et ciel	le 31 décembre 2010
10.	Sea to Sky Games	le 31 décembre 2010
11.	Vancouver 2010	le 31 décembre 2010
12.	Vancouver Games	le 31 décembre 2010
13.	Vancouver Organizing Committee for the 2010 Olympic and Paralympic Winter Games	le 31 décembre 2010
14.	VANOC	le 31 décembre 2010
15.	Ville des Jeux	le 31 décembre 2010
16.	Whistler 2010	le 31 décembre 2010
17.	Whistler Games	le 31 décembre 2010

Column 1		Column 2
Item	Mark	Expiry Date
18.		December 31, 2010
19.		December 31, 2010

Colonne 1		Colonne 2
Article	Marque	Date de cessation d'effet
18.		le 31 décembre 2010
19.		le 31 décembre 2010

SCHEDULE 3
(Subsection 4(2) and paragraph 12(2)(c))
EXPRESSIONS

PART 1

1. Games
2. 2010
3. Twenty-ten
4. 21st
5. Twenty-first
6. XXIst
7. 10th
8. Tenth
9. Xth
10. Medals

PART 2

1. Winter
2. Gold
3. Silver
4. Bronze
5. Sponsor
6. Vancouver
7. Whistler

ANNEXE 3
(paragraphe 4(2) et alinéa 12(2)(c))
EXPRESSIONS

PARTIE 1

1. Jeux
2. 2010
3. Deux mille dix
4. 21^e
5. Vingt et unième
6. XXI^e
7. 10^e
8. Dixième
9. X^e
10. Médailles

PARTIE 2

1. Hiver
2. Or
3. Argent
4. Bronze
5. Commanditaire
6. Vancouver
7. Whistler

Published under authority of the Speaker of the House of Commons

Available from:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada

Publié avec l'autorisation du président de la Chambre des communes

Disponible auprès de :
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada