

SUR UNE PROSPECTIVE DU DROIT CANADIEN DE LA CONCURRENCE DÉLOYALE : CONTRADICTIONS ET TOLÉRANCE?

Par Pierre-André Dubois [1]

et

Benoît Clermont [2]

Présenter une prospective du droit canadien de la concurrence déloyale est un exercice qui pourrait occuper une très large dissertation de par le concept même de la concurrence déloyale. Dans son acception large, cette discussion pourrait comprendre la violation des divers droits de propriété intellectuelle, le délit en soi de concurrence déloyale, l'appropriation illégale d'information confidentielle ou de secrets de fabrique, une multitude d'agissements parasitaires ainsi que des actes en violation des règles du droit de la concurrence, entre autres, celles édictées par la *Loi sur la concurrence* [3].

Vu l'espace restreint dont nous disposons, nous avons choisi de présenter cette prospective en nous basant sur le droit des marques, et des actes de concurrence déloyale s'y rattachant.

L'étude des décisions rendues par les tribunaux au cours des dernières années laisse croire que les gestes de concurrence déloyale seront plus aisément tolérés, et ce, au détriment des détenteurs de droits. Pourtant, la Cour suprême dans l'affaire *Ciba-Geigy Canada Ltd. c. Apotex Inc.* (ci-après “*Ciba-Geigy*”), reconnaissait la nécessité de prévenir la concurrence déloyale, le but ultime étant la protection tant des détenteurs de droits que des consommateurs :

Le droit d'être protégé contre le “piratage” de sa marque, de son nom commercial, de l'apparence de son produit est lié à une sorte de “propriété” que le fabricant a acquis dans ce nom, marque, apparence en les utilisant.

Dans *Pinard c. Coderre*, 1953 B.R. 99, le juge Marchand de la Cour d'appel du Québec constate, à la p. 103 :

Il semblerait que le premier occupant de ce nom ou de ces mots en a acquis un droit à leur usage exclusif de tous autres, comparable par plusieurs points à un véritable droit de propriété. (Je souligne.)

Donc, en premier lieu, en se plaçant d'un point de vue que l'on pourrait dire individuel ou propre au fabricant, l'action en passing-off vise à protéger une forme de propriété.

On retrouve aussi la notion de propriété, protégée par l'action en passing-off au niveau de l'achalandage, terme qu'il faut prendre dans un sens très large, englobant non seulement les gens qui constituent la clientèle mais aussi la réputation et le pouvoir d'attraction qu'exerce un commerce donné sur la clientèle.

(...)

Cependant, (...)“ il ne devrait jamais être perdu de vue que les litiges en matière de (...) concurrence déloyale concernent l'intérêt public. La réputation d'un commerçant est protégée, non seulement dans son intérêt personnel, mais aussi pour que le consommateur ne puisse pas être frauduleusement incité à acheter les produits de A quand il veut acheter ceux de B ”(...). [4]

En adoptant une telle position, la Cour suprême du Canada faisait en sorte que le recours en concurrence déloyale demeure un outil efficace pour la protection des intérêts des fabricants, tout en protégeant le consommateur ultime des risques de confusion créés par un compétiteur. Malheureusement, de nombreuses décisions, tant de la Cour fédérale que des tribunaux du Québec, prennent une tangente inquiétante susceptible d'avoir des conséquences alarmantes tant pour les fabricants que pour les consommateurs. Bien que la liberté de commerce est une valeur fondamentale qui se doit d'être protégée [5] et que l'intervention judiciaire doit être marquée par la prudence, il est loisible de conclure qu'à l'ombre du 21^e siècle, le droit canadien de la concurrence déloyale valse vers la tolérance.

I. DES TENDANCES JURISPRUDENTIELLES INQUIÉTANTES

Trois tendances peuvent être dégagées de la jurisprudence, principalement de la Cour fédérale d'appel, au cours des dernières années, lesquelles nous indiquent les difficultés qui continueront de jaillir dans l'application du recours en concurrence déloyale :

- les tribunaux semblent exiger un fardeau de preuve arbitraire quant à la nature des droits revendiqués;
- les tribunaux font défaut dans leur appréciation de la nature du préjudice qu'ils doivent examiner;
- les tribunaux ignorent que le risque de confusion, et non la preuve certaine de confusion, est le fondement même du droit de la concurrence déloyale.

1. Fardeau de preuve arbitraire

Les exemples les plus éloquentes de cette tendance se retrouvent dans les décisions en matière d'injonction interlocutoire. Tous reconnaîtront l'importance du recours en injonction interlocutoire pour protéger les droits de propriété intellectuelle; plusieurs situations se doivent d'être tranchées à ce stade si le propriétaire des droits veut conserver sa part de marché.

À cet égard, la Cour suprême du Canada a semblé indiquer clairement qu'il fallait réprimer les actes des fabricants " pirates " et intervenir lorsque ces derniers tentent, par des moyens malhonnêtes, de s'approprier une clientèle qui ne leur appartient pas :

Enfin, il faut également mentionner un autre aspect, plus patent, plus palpable, conséquence du précédent. Le fabricant " piraté " risque fort de voir son volume de ventes diminuer, ainsi par conséquent que son chiffre d'affaires, en raison de la dispersion de la clientèle. Qu'une situation pareille se produise dans le cours ordinaire des affaires entre fabricants rivaux, c'est la règle du jeu, pourrait-on dire, mais lorsque la rivalité s'exerce au moyen de manoeuvres malhonnêtes, il est nécessaire que le droit intervienne. [nos soulignés]. [6]

Pourtant, les décisions de la Cour fédérale d'appel ne semblent pas suivre cette voie, puisqu'elles considèrent en général que la violation d'une marque de commerce et, par conséquent, la perte d'achalandage, ne constituent pas en soi un dommage irréparable. Même la preuve de la confusion chez le public ne prouve pas nécessairement, selon cette Cour, une atteinte à la réputation du commerçant plagié :

It cannot be inferred or implied that irreparable harm will flow wherever confusion has been shown. (...) Confusion does not, per se, result in a loss of goodwill and a loss of goodwill does not, per se, establish irreparable harm not compensable in damages. The loss of goodwill and the resulting irreparable harm cannot be inferred, it must be established by "clear evidence". [7]

Il s'ensuit donc que le fardeau de preuve imposé aux parties devient à la fois flou et difficile à rencontrer. Dans l'affaire *Nature Co. c. Sci-Tech Educational Inc.* (ci-après “ *Nature Co.* ”), la Cour fédérale d'appel, avait commencé à énoncer le même concept :

While, as the motion Judge stated, there was in the present case some evidence of actual confusion, that evidence did not go so far as to show, in my view, that the confusion would cause irreparable harm to the respondent. [8]

Ainsi, de par les précédents créés par la Cour fédérale d'appel, il est à croire que l'intervention judiciaire sera souvent refusée, même en cas de plagiat évident, si un doute quelconque est soulevé face à la force probante des droits de la partie demanderesse. Des moyens techniques pourront permettre à la partie défenderesse d'éviter l'injonction et de se positionner dans le marché au détriment du propriétaire des droits. Ce résultat semble aller à l'encontre de la position de la Cour suprême du Canada, qui a rappelé qu'un risque de confusion était suffisant pour donner ouverture au recours en concurrence déloyale, et “ *qu'il est nécessaire que le droit intervienne* ” pour protéger un fabricant qui risque fort de voir son volume d'affaires diminuer par la dispersion de sa clientèle au profit d'un concurrent qui utilise des moyens malhonnêtes pour s'approprier une clientèle particulière.

Les mêmes conclusions peuvent être tirées de la jurisprudence rendue par les tribunaux québécois. La Cour suprême du Canada, toujours dans l'affaire *Ciba-Geigy*, avait pourtant bien souligné que le recours propre au droit civil, dont la base juridique se trouve à l'article 1457 du *Code civil du Québec*, prévoit qu'il y aura faute s'il y a risque de confusion dans l'esprit du public. Or, dans l'affaire *Sport Maska Inc c. Canstar Sports Group Inc.* (ci-après “ *Sport Maska* ”), qui opposait deux fabricants de casques de hockey en Cour supérieure du Québec, la demanderesse a déposé en preuve un sondage indiquant que les acheteurs de ces produits confondaient facilement ceux commercialisés par la demanderesse et ceux fabriqués par la défenderesse :

Des 250 répondants, quarante-six pour cent identifient le casque Cooper [de la défenderesse] comme étant un casque CCM [de la demanderesse] et 27% l'identifient correctement comme étant un casque Cooper. [9]

Malgré cette preuve, que l'on pourrait penser concluante, et certainement prépondérante, le tribunal rejette le recours en concurrence déloyale en concluant qu'il n'y avait pas de risque de confusion dans l'esprit du public :

La Cour (...) en vient à la conclusion que les casques HT-2 [de la demanderesse] et HH3000 [de la défenderesse] ne peuvent être confondus, que Canstar n'a pas tenté d'induire le public en erreur et que le casque HT-2 dans son ensemble, n'a pas acquis cette signification secondaire qui permet d'en identifier la source. [10]

On peut alors, dans ce contexte, s'interroger sur le niveau de preuve qu'une partie devra atteindre pour démontrer qu'il y a risque de confusion dans l'esprit du public entre son produit et celui d'un de ses concurrents. Dans les circonstances de cette dernière décision, même une preuve mathématique, quantifiant ce risque, fut écartée.

Une décision récente de la Cour fédérale, section de première instance, dans l'affaire *Eli Lilly and Co. c. Novopharm Ltd.* (ci-après “ *Eli Lilly* ”), semble au surplus suggérer que les tribunaux pourront exiger du demandeur qu'il fasse la preuve que le défendeur avait l'intention de copier le produit en question, dans le but de confondre le public :

The defendants choose to use the same capsule colours as the plaintiffs, and they do so for a marketing reason but that reason is to identify the medicine as one that is therapeutically equivalent to the defendants' product, not to represent to the public that their products are the

plaignants. [nos soulignés] [11] Si cette décision devait être suivie par les tribunaux, le demandeur, dans le cadre d'une action en concurrence déloyale, pourrait voir son fardeau de preuve dangereusement augmenté. Déjà pratiquement contraint de prouver une réelle confusion chez le consommateur, et non un risque de confusion, il pourrait se voir maintenant imposer le fardeau de prouver l'intention du défendeur de faire passer son produit pour le sien, dans le but de confondre le public. Cette exigence supplémentaire pourrait conduire les tribunaux à ouvrir une enquête sur les motifs du défendeur, ce qui imposerait un fardeau de preuve exorbitant et arbitraire au demandeur. Même si la décision *Eli Lilly* fut rendue dans le domaine pharmaceutique, on peut imaginer plusieurs autres produits pour lesquels il serait aisé d'argumenter que l'apparence est dictée par l'utilité, argument qui, lorsqu'accepté, doit mener au rejet du recours en concurrence déloyale. À toutes fins pratiques, cette intention de nuire devrait être apparente du plagiat lui-même, ce plagiat n'ayant qu'un seul but, celui de bénéficier du pouvoir d'attraction, et une conséquence principale, celle de confondre le public.

2. Nature du préjudice

De même, par une définition trop rigoureuse de la notion de “ préjudice sérieux et irréparable ” par les tribunaux, une véritable frustration des détenteurs de droits s'est développée et risque de se poursuivre. Le problème est de plus accru par une mauvaise appréciation du préjudice le moment venu de rendre une décision sur le fond de l'action.

La principale variable, sinon la seule, dans toute situation de concurrence déloyale, est l'achalandage. Cet achalandage est un véritable droit de propriété. Dans l'arrêt *Consumers Distributing*, la Cour suprême du Canada reprenait la définition de la doctrine anglaise :

(...) The true basis of the action is that the passing off injures the right of property in the plaintiff, that right of property being his right to the goodwill of business. [12]

Cette notion de droit de propriété était reprise par cette même Cour dans l'arrêt *Ciba-Geigy*[13]. Malgré la décision ultime qu'elle devait rendre sur le litige, la Cour supérieure, dans l'affaire *Sport Maska*, abondait dans le même sens :

La différence entre la protection d'un droit privatif conféré par la loi et la protection d'un habillage de produit auquel fait référence la théorie de la concurrence déloyale réside en ce que, dans le second cas, l'on ne vise pas à protéger un droit de propriété ad rem, c'est-à-dire un monopole dans la chose, mais plutôt un droit de propriété dans un achalandage. [14]

S'agissant d'un droit de propriété, l'atteinte à ce droit constitue une faute qui, de par la nature intangible du droit, entraîne des dommages que l'on ne peut aisément décrire. C'est d'ailleurs pourquoi la Cour suprême du Canada avait aisément remarqué que la perte d'achalandage constitue un préjudice irréparable [15]. Si l'on admet ce principe, il est illogique que, d'une part, la partie demanderesse doive démontrer un préjudice dit irréparable (donc, en principe, non quantifiable) et que, d'autre part, cette même partie doive “ quantifier ” dans une certaine mesure ce préjudice au niveau d'une requête en injonction interlocutoire ou, donner une valeur économique précise au préjudice, à défaut de quoi, son action au fond sera rejeté. La nécessité de prouver un quantum de dommage précis [16] est incompatible avec la nature du droit dans un achalandage. De la même façon, les tribunaux imposent à la partie demanderesse de prouver l'évidence même, c'est-à-dire que la perte possible d'achalandage est un préjudice sérieux et irréparable. Ce préjudice est l'atteinte au pouvoir d'attraction.

3. Risque de confusion et preuve certaine de confusion

La jurisprudence récente nous montre des signes évidents de confusion (!) entre deux notions pourtant distinctes : le risque de confusion et la preuve certaine de confusion.

Dans l'arrêt *Syntex c. Novopharm Ltd.* (ci-après “ *Syntex* ”), la Cour fédérale d'appel concluait :

The trial judge does not make a specific finding that the respondent *would* suffer irreparable harm. He employs the tentative expression: "is likely". The jurisprudence in this Court establishes that the evidence as to irreparable harm must be clear and not speculative. [17]

Cette conclusion choque les textes même de l'article 7b) de la *Loi sur les marques de commerce* [18], qui parle de vraisemblance de confusion, et de l'article 6 de cette loi, qui prévoit que les risques de confusion doivent s'analyser abstraction faite de l'identité des marchandises ou services.

La décision de la Cour fédérale d'appel dans l'affaire *Centre Ice* est venue confirmer les craintes des fabricants dans la possibilité d'obtenir satisfaction grâce au recours en injonction interlocutoire. Dans cette décision, renversant le jugement de première instance, la Cour concluait :

It cannot be inferred or implied that irreparable harm will flow wherever confusion has been shown. [19]

La Cour suprême du Canada avait pourtant clairement précisé que le risque de confusion devait être suffisant en matière de concurrence déloyale en citant, d'une part, dans l'affaire *Ciba-Geigy*, Lord Oliver (“ *deuxièmement, il doit établir que le défendeur a fait (intentionnellement ou non) une représentation trompeuse au public qui l'amène ou est susceptible de l'amener à croire que ses produits ou services sont ceux de demandeur* ”) et, d'autre part, Nadeau et Nadeau qui soutiennent que “ *il n'est pas nécessaire d'établir que les acheteurs ont été trompés, mais simplement qu'il y a eu tentative d'égarer le public* ” (nos soulignés).

II. DES CONSÉQUENCES ALARMANTES

À la lumière de la jurisprudence récente, il est possible de noter de graves dangers qui menacent la protection, par le recours en concurrence déloyale (et même le recours en contrefaçon de marque), des fabricants et des consommateurs. Les difficultés grandissantes à obtenir une injonction interlocutoire ont été illustrées dans notre discussion. Ces difficultés entraîneront, à long terme, un laisser-aller des tribunaux et ne pourront qu'encourager des agissements parasitaires. L'industrie du "look-alike" pourra ainsi trouver refuge au Canada.

Comme nous l'avons souligné, le recours en concurrence déloyale n'exige qu'un risque de confusion dans l'esprit du public entre les produits du fabricant A et ceux du fabricant B. Cette situation existe autant pour protéger le fabricant qui a obtenu une part de marché grâce à ses efforts légitimes et qui a le droit d'être protégé d'une forme de concurrence malhonnête de la part d'un compétiteur, qu'au profit du consommateur qui peut facilement être trompé sur l'origine du produit qu'il achète, particulièrement dans le cas d'achats faits rapidement, sans examen approfondi de l'identité du fabricant. Il s'agit là d'un principe à la base même du recours en concurrence déloyale qui vise à en assurer l'efficacité.

Tant et aussi longtemps que les tribunaux d'appel persisteront dans leur position, voulant que le risque de confusion ne soit pas suffisant pour justifier un préjudice sérieux et irréparable, le recours à l'injonction restera illusoire. Ce faisant, un véritable danger d'éviscérer le droit canadien de la concurrence déloyale existe.

Il faut d'ailleurs remarquer à cet égard, l'influence qu'ont eu les décisions *Nature Co.* , *Centre Ice* et *Syntex* sur la jurisprudence de la Cour fédérale, section de première instance, en matière d'injonctions interlocutoires dans les cas de concurrence déloyale. Plusieurs décisions rendues entre 1992 et 1994 par la section de première instance de la Cour fédérale, maintenaient la position adoptée par la Cour suprême dans l'affaire *Ciba-Geigy* et avaient accordé une injonction

interlocutoire aux demandeurs en gardant comme principe que le risque de confusion dans le public était suffisant pour causer au fabricant “ piraté ” un préjudice irréparable :

The advertising leaves a very negative impression. Its objective and probable effect is to create a lasting and negative impression in the mind of the public as to the lesser value obtained in shopping at Eye Masters. The focus of its attack is the goodwill of Eye Masters' business. Presumably this effect will result in more than just increased sales for the defendant. It is likely also to result in customers turning to other sellers of the optical products in question. I cannot conclude that the respective damage to the plaintiff and defendant is approximately equal as between an injunction being granted and one being denied. [nos soulignés] [20]

Ce schéma d'analyse était constant depuis la décision de la Cour fédérale dans l'affaire *Universal City Studios, Inc. c. Zellers, Inc.* , dans laquelle le juge Walsh déclarait :

I do not believe that the possibility of collecting damages is in all cases a sufficient answer to an action brought against an infringer when plaintiffs have a very strong *prima facie* case. The protection of industrial property rights from counterfeiting is an increasingly important question. In principle, these rights should be protected whether or not breach of them causes serious damages. [21]

On a même tenté de donner une interprétation restrictive des décisions *Nature Co.* et *Syntex* afin de ne pas compliquer davantage le fardeau de preuve des demandeurs qui présentent une demande d'injonction interlocutoire en matière de concurrence déloyale :

As I understand these decisions [Nature Co. et Syntex], they establish the principles that evidence to support an interlocutory injunction must be clear and not speculative and that the infringement of a trade mark does not of itself constitute irreparable harm where the validity of the trade mark is challenged by the defendant. While the words of Stone J.A. appear to set the standard at a high level, I do not understand him to be saying that in any case where a defendant challenges the validity of a plaintiff's trade mark, that it thereby becomes impossible for the plaintiff to obtain an interlocutory injunction. (...) I comprehend Stone J.A. to be saying that it is insufficient for a motions judge to grant an interlocutory injunction based merely on an assumption of validity of a plaintiff's trade mark and potential confusion between the plaintiff's and defendant's trade mark in the market place. It is necessary that there be clear evidence as to how the confusion will result in irreparable harm. [22]

La décision *Centre Ice* devait par contre venir confirmer la position de la Cour fédérale d'appel en 1994. Les conséquences devaient se faire sentir rapidement et la jurisprudence de la section de première instance de la Cour fédérale, en 1995 et 1996, démontre clairement qu'il est de plus en plus difficile d'obtenir une injonction interlocutoire pour faire cesser des actes de concurrence déloyale. Dans de nombreuses décisions [23], la Cour a exigé du demandeur qu'il fasse à la fois la preuve qu'il avait subi un dommage, ce qui nécessite pratiquement la preuve d'un dommage quantifiable, tout en exigeant que le dommage subi soit “ irréparable ”, c'est-à-dire non susceptible d'être compensé monétairement. C'est faire là abstraction de la nature même des droits dans un achalandage. Déjà, les conséquences des décisions *Syntex*, *Nature Co.* et *Centre Ice* se font sentir au détriment des fabricants et des consommateurs.

Admettant d'emblée que les concepts de concurrence déloyale et d'achalandage sont des concepts flous ou difficiles à saisir, il demeure, qu'à la base, le débat porte sur un droit de propriété. Si la liberté de commerce est un droit fondamental, le droit de propriété est l'un des plus vieux droit reconnu. Le refus, quasi systématique, d'aborder la question du droit de la concurrence déloyale d'une manière identique à l'usurpation d'un droit de propriété sur un bien immeuble, par exemple, démontre que le droit canadien considère en pratique l'achalandage comme un bien de moindre importance. Bien que le droit statutaire canadien réponde aux exigences internationales interdisant

les obstacles au commerce légitime [24], la jurisprudence en matière de concurrence déloyale nous porte à croire que des obstacles à la protection des droits de propriété intellectuelle existent et vont se poursuivre. Les entreprises pionnières, tant canadiennes qu'étrangères, se voient pénalisées. Qui plus est, la liberté de commerce elle-même en souffre.

Si le lecteur trouve que notre analyse laisse une image négative du droit canadien, nous l'invitons à réfléchir sur les conséquences qui guettent l'industrie canadienne dans le marché global. Nous croyons qu'une complaisance de la copie s'installe dans le marché canadien. Quelle sera la réponse des tribunaux lorsqu'un produit notoire canadien se verra copié et distribué sur le marché canadien par la voie de l'Internet? Le préjudice irréparable sera-t-il alors présumé? La perte d'achalandage non quantifiable sera-t-elle alors apparente? Le danger est que les réponses à ces questions seront élaborées à partir d'une série de précédents malheureux qui constitueront la toile de fond vers laquelle les tribunaux devront se tourner.

[1] © Pierre-André Dubois et Benoît Clermont, 1997.

[1] LL.B., Avocat. Au moment de la rédaction, associé du cabinet Ogilvy Renault à Montréal, maintenant Senior Intellectual Property Lawyer, Norton Rose, Londres.

[2] LL.B., D.É.A (droit de la communication), Avocat, Ogilvy Renault à Montréal.

[3] L.R.C. 1985, c. C-34.

[4] *Ciba-Geigy c. Apotex Inc.*, [1992] 3 R.C.S. 120, 134.

[5] *Oxford Pendaflex Canada c. Korr Marketing*, [1982] 1 R.C.S. 494, 506; *Consumers Distributing Co. c. Seiko*, [1984] 1 R.C.S. 583, 595-598 (ci-après "*Consumers Distributing*").

[6] *Ciba-Geigy c. Apotex Inc.*, précitée, note 4, 136.

[7] *Centre Ice Ltd c. National Hockey League*, (1994) 53 C.P.R. (3d) 34, 54 (C.F.A.) (ci-après "*Centre Ice*").

[8] *Nature Co. c. Sci-Tech Educational Inc.*, (1992) 141 N.R. 363, 370 (C.F.A.).

[9] *Sport Maska Inc. c. Canstar Sports Group Inc.*, J.E. 94-1396, 9 (C.S.).

[10] *Id.*, 39.

[11] *Eli Lilly and Co. c. Novopharm Ltd.*, C.F. Toronto, nos. T-2432-95, T-2433-95 et T-2434-95, 25 avril 1997, J. Reed, paragraphe 141 du jugement.

[12] *Consumers Distributing c. Seiko*, précitée, note 5, 598.

[13] *Ciba-Geigy c. Apotex Inc.*, précitée, note 4, 134.

[14] *Sport Maska Inc. c. Canstar Sports Group Inc.*, précitée, note 9, 33-34.

[15] *Ciba-Geigy c. Apotex Inc.*, précitée, note 4, 134.

[16] *Via Rail Canada Inc. c. Location Via Route Inc.*, [1992] R.J.Q. 2109, particulièrement à la page 2121 où la Cour d'appel du Québec devait dire : " Comme l'appelante n'a prouvé aucun dommage, il (sic) a écarté la possibilité du recours en injonction permanente pour ce seul motif ".

[17] *Syntex c. Novopharm Ltd* (1991), 36 C.P.R. (3d) 129, 135 (C.F.A.).

[18] L.R.C. 1985, c. T-13.

[19] *Centre Ice Ltd c. National Hockey League*, précitée, note 7, 54 (C.F.A.).

[20] *Eye Masters Ltd c. Ross King Holdings Ltd*, (1992) 44 C.P.R. (3d) 459, 467 (C.F.). On pourra également consulter les décisions suivantes, au même effet : *Bausch & Lomb Inc. et al. c. Nevitt Sales Corp.*, (1993) 48 C.P.R. (3) 33 (C.F.), *Alberta Distillers Ltd. c. Highwood Distillers Ltd.*, (1993) 49 C.P.R. (3d) 342 (C.F.), *Restaurants Le Bifithèque Inc. et al. c. 2425-8923 Québec Inc.*, (1994) 55 C.P.R. (3d) 15 (C.F.), *Groupe Vidéotron Ltée c. Vidatron Group Inc. et al.*, (1994) 57 C.P.R. (3d) 91 (C.F.) et *Interprovincial Lottery Corp. et al. c. Lottery Jackpot Ltd et al.*, (1994) 59 C.P.R. (3d) 100 (C.F.).

[21] *Universal City Studios, Inc. c. Zellers, Inc.* , (1983) 73 C.P.R. (2d) 1, 11 (C.F.).

[22] *Cooper et al. c. Barakett International Inc. et al.* , (1992) 46 C.P.R. (3d) 74, 87-88 (C.F.).

[23] On consultera notamment les décisions suivantes : *Sports Authority Inc. c. Vineberg*, (1995) 61 C.P.R. (3d) 155 (C.F.), *Wool-Mart Inc. c. Wal-Mart Stores Inc.* , (1995) 64 C.P.R. (3d) 442 (C.F.), *826129 Ontario Inc. c. Sony Kabushiki Kaisha* , (1995) 65 C.P.R. (3d) 171 (C.F.), *Biologische Heilmittel Heel GmbH c. Acti-Form Ltd* , (1996) 67 C.P.R. (3d) 61 (C.F.), *Aoyama International Inc. c. Yat Fai International Development Ltd* , (1996) 67 C.P.R. (3d) 370 (C.F.), *Plastichange International Inc. c. 2946-9004 Québec Inc.* , (1996) 68 C.P.R. (3d) 102 (C.F.), *Procter & Gamble Pharmaceutical Canada Inc. c. Novopharm Ltd* , (1996) 68 C.P.R. (3d) 461 (C.F.) et *Les Inventions Morin Inc. c. Gilbert Tech Inc.* , (1996) 71 C.P.R. (3d) 52 (C.F.).

[24] Article 1701(1) de *L'Accord de libre-échange nord-américain* , conclu le 17 décembre 1992 à Ottawa, Mexico et Washington et entré en vigueur le 1^{er} janvier 1994.