

Compte rendu

Trial by Survey: Survey Evidence & the Law*

Charlotte Urman**

De nos jours, la preuve par sondage est couramment admise devant les tribunaux canadiens et s'applique à diverses matières juridiques. Cet ouvrage, publié aux éditions Carswell, est pourtant le premier à se pencher sur la question afin de fournir à tous les professionnels du droit un guide pratique sur le sujet.

Ce livre est le travail commun de trois auteurs, experts reconnus du droit canadien ou de la science cognitive. Scott Jolliffe et Kelly Gill sont des avocats expérimentés et spécialisés dans le droit de la propriété intellectuelle. La Dre Ruth Corbin a, à maintes reprises, agi à titre de témoin expert devant les tribunaux pour présenter des sondages à titre de preuve. Ces trois auteurs ont joint leurs compétences et leurs recherches pour nous offrir une vision approfondie sur ce mode de preuve original.

Les auteurs nous invitent à parcourir l'histoire de l'application des sondages utilisés comme moyen de preuve devant les tribunaux canadiens, afin de nous en faire découvrir les attraits et l'importance acquise au fil des ans. Un exposé clair et précis des différents critères de validité permettant aux enquêtes auprès du public de remplir le rôle de preuve nous incite à observer à quel point ce pro-

* Ruth M. CORBIN, A. Kelly GILL et R. Scott JOLLIFFE, *Trial by Survey: Survey Evidence & the Law* (Toronto, Carswell, 2000), 196 p.; ISBN 0-459-25479-0.

** Étudiante au D.E.S.S. en droit de la distribution (Université du Mans), en stage de formation auprès du cabinet d'avocats LEGER ROBIC RICHARD, s.e.n.c. et du cabinet d'agents de brevets et de marques de commerce ROBIC, s.e.n.c.

céde peut être pertinent dans la mesure où il conduit à des résultats scientifiques et objectifs.

La discussion porte essentiellement sur l'utilisation du sondage dans les litiges relatifs aux marques de commerce. Celui-ci est particulièrement approprié dans cette matière du droit, compte tenu du fait que la vie d'une marque tient pour beaucoup à son acceptation dans l'esprit du public. En effet, une étude auprès du public pertinent permet de démontrer l'existence de confusion, de même que la notoriété, le caractère distinctif, générique ou descriptif d'une marque.

Les auteurs se sont longuement intéressés à l'application du sondage comme mode de preuve dans le cadre du droit de la publicité. Une telle étude permet en effet de déterminer «l'impression d'ensemble» des consommateurs sur l'objet de la publicité et d'ainsi apprécier si la publicité elle-même est trompeuse ou mensongère. Les auteurs se sont aussi arrêtés sur les implications des enquêtes publiques comme éléments de preuve dans différents domaines juridiques, tels que le droit commercial, le droit criminel et le droit constitutionnel.

En outre, un exposé tout à fait probant des différentes méthodologies permettant d'obtenir des résultats fiables nous est proposé. Les auteurs abordent aussi la question de la fonction essentielle des experts qui conçoivent, exécutent et interprètent les enquêtes. Ils nous font découvrir d'une façon très pragmatique les méthodes de travail de ces experts, depuis la création du test jusqu'à sa présentation devant la cour.

Cet ouvrage constitue une analyse rigoureuse et approfondie de la place et de l'importance du sondage à titre de preuve au Canada. Une approche claire et concrète qui est un véritable guide pour tous les praticiens du droit.