

n'est pas une science nouvelle! Seules les manipulations génétiques sont le produit d'une nouvelle génération. Les matières vivantes ont fait l'objet de recherches et de développements bien avant que l'homme n'ose s'amuser à la retranscription des gènes. De bien grandes surprises nous attendent lorsqu'on se met à fouiller les registres des brevets émis au début du siècle, avant l'époque de la révolution biotechnologique! En effet, plusieurs brevets portant, à des degrés divers, sur des éléments vivants furent accordés dès le début du siècle sans pour autant causer quelque émoi. Nul ne s'est davantage interrogé sur la validité de ces brevets! Les demandes alors produites ont pourtant fait l'objet d'une analyse minutieuse de la part des examinateurs du Bureau des brevets sans que des objections spécifiques n'aient été élevées. Ces examinateurs, chargés de s'assurer que chacune des exigences de brevetabilité étaient remplies ne doutèrent nullement de la brevetabilité de telles demandes.

Le Bureau canadien des brevets a ainsi généreusement consenti un grand nombre de brevets portant sur diverses formes de vie à l'époque où les sciences biologiques ne suscitaient aucune controverse. En fait, ce n'est qu'à l'heure où les biotechnologistes se sont montrés agressifs que le Bureau des brevets a été frappé par ce « syndrome de l'hésitation »¹. La légalité même des manipulations génétiques étant contestée, il est peu étonnant que le Bureau des brevets ait adopté une attitude prudente. La biotechnologie présente certains risques de voir apparaître des organismes vivants dont les caractéristiques sont inconnues. Aux yeux de certains, les manipulations génétiques représentent une menace pour l'humanité. La biologie, telle que la connaissaient les scientifiques du début du siècle, ne suscitait aucune telle polémique. On comprend donc que le Bureau des brevets n'ait à l'époque nullement hésité à consacrer la brevetabilité d'inventions impliquant quelque processus ou élément de vie. Il paraît toutefois étonnant que les examinateurs de l'époque n'aient pas douté de ce que chacun des critères de brevetabilité ait été satisfait alors que cette question tourmente à l'heure actuelle les autorités les plus instruites! L'affaire *Abitibi Paper Company* a néanmoins ramené la pratique à ce qu'elle semblait plus ou moins être avant l'éclosion de la biotechnologie. L'instauration de règles et directives claires et non équivoques serait souhaitable. Le monde canadien de la biotechnologie ne dispose toutefois que de très peu de normes et directives et se voit contraint de respecter les règles du jeu très restreintes imposées par la Cour suprême dans *Pioneer Hi-Bred*.

À l'égard des organismes supérieurs, nous savons qu'au moins une demande de brevet pour un tel organisme (et fort probablement plusieurs autres) est présentement en instance au Bureau canadien des brevets. Publiée sous le numéro 2,004,156 et déposée par la compagnie Upjohn, cette demande décrit une souris transgénique pour l'analyse de la croissance de poils. Il sera donc fascinant de suivre le développement de cette affaire qui risque sûrement de causer beaucoup de remous!

Peut-on copier une forme utile ? (Plaidoyer pour la protection de l'esthétique industrielle)*

Xavier Desjeux**

À l'automne de 1988, dans un document d'origine japonaise étant diffusé en France, en vue de présenter « l'Exposition Mondiale du Design », ou « Expo Design 89 », qui devait se tenir à Nagoya au Japon au printemps 1989, on y relevait notamment ceci: « l'heure est venue de considérer le pari que nous devons relever à l'approche du 21^{ème} siècle. À une époque où tout objet quotidien est désormais « vivant », dans un premier temps, simple outil, il devient par la suite outil de communication, le mot « design » fait aujourd'hui partie intégrante de notre environnement. Mais l'essence même du design n'est-elle pas tout simplement la symbiose de la forme et de la fonction? Ainsi, tout naturellement, le « beau-fonctionnel-pas cher » gagne tous les jours du terrain ... Le Ministère du Commerce International et de l'Industrie a fait de 1989 « l'année du Design »; ce qui prouve l'intérêt croissant qu'on porte à ce concept... »

L'Occident ne s'intéresse pas spécialement au « beau-fonctionnel-pas cher ». Les quelques journées ou colloques organisés dans ces vingt dernières années en Europe, n'ont pas porté sur le fait du design mais sur une éventuelle réforme du droit des dessins et modèles, c'est-à-dire d'une législation de circonstance née dans un certain nombre de pays au début du siècle à une époque où l'invention brevetable était reine, dans une civilisation dont le projet était le progrès industriel et où l'idée de création, à défaut de créations véritables, régnait sans partage tandis que la multiplication des discours sur l'humanisme conduisait à l'hécatombe de la Guerre de 14-18. Ces héritiers s'essouffent lorsqu'ils n'affirment pas, désabusés, que les dessins et modèles sont « en question ».

* Xavier Desjeux, 1989.

** Observations présentées lors de la journée d'étude organisée par l'auteur avec le concours d'EUROSAF sur le thème « La protection de l'investissement économique de l'entreprise » le 29 novembre 1988.

** Docteur en droit, consultant international au Cabinet Escande, avocat à la Cour d'appel de Paris.

Mais les faits sont têtus. C'est l'Empire du Soleil Levant qui prend une heureuse initiative planétaire: «...Cette Exposition Mondiale du Design sera pour nous l'occasion de présenter toutes les nouvelles conceptions et réalisations du *monde entier* qui nous permettront de réaliser nos rêves ». Il ne s'agit pas aujourd'hui de proposer une nouvelle réforme du droit des modèles, mais de réfléchir à partir d'un fait: le design au coeur de notre société contemporaine, à savoir la création de formes utiles nouvelles à préoccupation esthétique.

Un bon modèle est celui qui est fonctionnel et parfaitement adapté à sa fonction. Rien ne doit être inutile. Il doit plaire et séduire en vue d'être acheté: c'est un bon produit du *commerce* et non un fantôme errant entre l'art et l'industrie. La forme est utile mais surtout, elle se vend parce qu'elle est belle et que « la laideur se vend mal ».

D'où vient que la protection du design soit aussi incertaine? Les observations qui vont suivre ont pour objet de tenter de mettre en lumière et de formaliser les ressorts profonds qui mobilisent les spécialistes mondiaux du droit d'auteur et du droit des brevets qui s'opposent au niveau de la logique (I), s'unissent dans un même mouvement de rejet au niveau de l'affectivité (II) et condamnent les juges à un empirisme insécurisant pour les créateurs d'esthétique industrielle (III).

I- DROIT D'AUTEUR ET DROIT DES BREVETS FACE AU DESIGN: DEUX LOGIQUES OPPOSÉES

A- La doctrine classique du droit d'auteur crée le concept d'«œuvre d'art appliqué» (à l'industrie). La *Loi sur le droit d'auteur* — jusqu'à l'émergence du «software» — protège le système des Beaux-Arts, et lui seul. La France idéaliste (c'est-à-dire amie des idées plus que des faits) voit fleurir sur son territoire une théorie, celle de «l'unité de l'art». En substance, une œuvre d'art ne perd pas son statut de création lorsqu'elle est appliquée à l'industrie. La loi du 11 mars 1957 consacre le principe. Celui-ci paraît juste en lui-même et devrait s'appliquer au design sans discussion.

Les auteurs font le syllogisme suivant :

- la Loi protège l'art,
- or, un modèle est une forme graphique et plastique,
- donc, le modèle est une œuvre d'art et ne saurait sortir de la sphère de l'art sans arbitraire.

La logique semble à certains imparable et pourtant, au moment de mettre celle-ci en application, surgit un argument qui compromet la solidité de l'édifice: il faut bien constater que certaines formes sont

purement techniques ou fonctionnelles et manquent de préoccupations esthétiques.

Ne manque-t-il pas alors une condition substantielle de la protection de la forme, à savoir l'originalité?

La pratique du passé nous enseigne deux types de réponse à cette question: si la forme considérée est un annuaire, un almanach ou un horaire SNCF, elle s'apparente au système des Beaux-Arts par le biais de l'écriture et du livre et l'on sait que l'éditeur a partie liée avec les auteurs. Il pèse sur l'écrit une *présomption d'originalité*. Il suffit en pratique que la forme soit nouvelle pour être taxée d'originalité; en outre, il serait immoral que le copieur de l'écrit ne soit pas sanctionné.

Ainsi, la morale vient au secours de la nouveauté. De là à affirmer l'originalité, il n'y a qu'un pas. Une même démarche préside à la protection du logiciel baptisée «œuvre du langage» et «originale» dès que la forme est «au-delà de la logique contraignante».

Si en revanche, la forme considérée ne peut être rattachée, fût-ce artificiellement, au système des Beaux-Arts, comme l'annuaire, et si elle ne constitue pas une variété de logiciel, la copie de cette forme n'est pas sanctionnée par la législation sur le droit d'auteur.

Le problème de l'originalité n'est pas évoqué ou pris en compte: du moment que la forme est purement fonctionnelle, hormis le logiciel, la doctrine du droit d'auteur ne s'y intéresse plus même si par ailleurs l'originalité existe.

En matière d'esthétique industrielle, de design, quels sont les obstacles intellectuels de nature à empêcher un juge, saisi d'un problème de copie de design, de constater l'originalité de la forme utile et de sanctionner le copieur? Ce même argument relève d'une certaine opportunité pour les tenants du droit d'auteur et d'une logique spécifique aux gens de brevets.

B- La doctrine traditionnelle en matière du droit des brevets rejette la protection du design par sa logique propre.

Dans le monde de la propriété industrielle, le design est une *petite invention non brevetable*, même s'il est esthétique, d'où le syllogisme imparable:

- un modèle peut avoir un aspect purement technique, fonctionnel, comme le design,
- donc, le modèle fonctionnel ne peut être protégé mieux que l'invention brevetée.

Les spécialistes du droit d'auteur, même les plus farouches partisans de la théorie de l'unité de l'art, sont tout à fait disposés à renoncer

à la protection du design et à rechercher l'originalité et l'acte de création artistique dans le modèle fonctionnel et à s'accorder sur le refus de prendre le design en considération tant est grave leur inquiétude de s'aventurer hors du système des Beaux-Arts.

Comment ne pas se demander pourquoi si bon accueil a été fait au « software », qui n'a aucun rapport avec l'esthétique, tandis que le design se voit refuser droit de cité avec une telle persévérance ?

Les auteurs ne se verront-ils pas reprocher un jour — en ignorant l'esthétique industrielle — d'avoir méprisé le fait culturel le plus important de notre temps ? Les jeux « politiques » ne pourront indéfiniment faire fi des exigences de la vie.

Il convient de souligner en terminant ce chapitre, que si la matière des brevets est gérée par une corporation, il n'en va pas de même du design qui ne bénéficie d'aucune structure organisée propre. Par le jeu de la législation sur la propriété industrielle, il est tenu pour acquis que le fait du design est moins important que l'invention brevetable et qu'en conséquence, le modèle ne peut être qu'une sorte de petit brevet, ce qui fausse l'orientation de toutes les tentatives de réforme.

Quoi qu'il en soit, si le design est le parent pauvre de la propriété artistique et industrielle, ce n'est pas seulement pour des raisons de logique, mais aussi pour des raisons qui sont plus en relation avec l'affectivité : la forme utile n'est pas aimée.

II- LA FORME UTILE : UNE MAL-AIMÉE

Lorsque l'on pousse l'analyse de la logique à l'affectivité, le désordre intellectuel s'accroît et les contradictions s'amoncellent. Ce ne sont plus seulement deux logiques opposées que l'on constate, dans le monde du droit d'auteur et dans celui des brevets, mais la mise en œuvre d'a priori affectifs des plus discutables en matière de droit d'auteur.

Le deuxième obstacle à la reconnaissance et à la prise en compte de l'originalité dans le design relève d'un argument spécieux et à double visage : le juge, affirment certains, ne doit pas être un jury d'art, il ne saurait être subjectif, donc l'annuaire et l'almanach doivent être protégés même s'il n'y a pas de mérite et sans qu'il y ait lieu de rechercher spécialement l'originalité.

En revanche, la forme exclusivement fonctionnelle ne saurait être protégée même si elle a un caractère artistique marqué, et en tout cas une réelle originalité car ce serait arbitraire de rechercher ce critère et la solution pourrait varier d'un juge à l'autre puisqu'il n'existe pas de critère objectif de l'originalité ou du caractère artistique. En d'autres termes, même si je vois un chauve, ceci n'est pas objectif puisque nul

ne peut dire à partir de combien de cheveux en moins on définit la calvitie.

Prétendre que seul ce qui peut être défini est réel, est contredit par la vie. C'est un sophisme.

Mieux vaut constater que la subjectivité est partout et que l'originalité, comme le caractère esthétique d'une forme, s'impose d'elle-même au juge, même s'il existe une marge d'appréciation entre deux magistrats. En outre, ce type d'approche ne préjuge par la beauté ou de l'absence de beauté d'une forme, appréciation qui peut être dissociée de la considération précédente.

Le troisième obstacle à la protection du design prend sa source dans une région plus profonde du cœur humain. Pour la bourgeoisie occidentale qui a hérité ses schémas mentaux du XIX^{ème} siècle, il est encore tentant aujourd'hui de refuser la protection du design par le droit d'auteur simplement parce que l'utile ne mérite pas la protection due à la création artistique. Un vieil a priori affectif court toujours suivant lequel, seul, l'inutile, ce qui est arbitraire et de fantaisie, mérite protection.

Cette dernière considération a conduit une ancienne doctrine à donner une interprétation erronée de l'article 2 alinéa 2 de la loi du 14 juillet 1909. En effet, cette disposition refuse protection à la forme « brevetable » pour éviter que l'inventeur élude la loi sur les brevets d'invention et bénéficie de la loi sur les modèles, se dispensant de payer la taxe annuelle prévue pour les brevets. Il a été proposé de substituer au mot « brevetable », le mot « utile » de telle sorte qu'il existe un risque sérieux que toutes les formes utiles, donc le design, ne soient protégées par aucune loi.

Cette interprétation a reçu un certain accueil en jurisprudence.

Dans la logique de leur analyse, les spécialistes de la matière des brevets ne peuvent qu'approuver de tels errements.

Il reste à examiner comment les magistrats s'accommodent des discours doctrinaux, autant contradictoires que passionnés.

III- L'EMPIRISME DES JUGES

A- Parfois, c'est la « logique des brevets » qui joue et la copie, dans ce cas, n'est pas sanctionnée : ainsi, pour une remorque, un modèle de sucette ou des mini spots (dont le design était cependant indiscutable).

Il existe toutefois un important courant doctrinal et jurisprudentiel qui applique le critère dit de la « multiplicité des formes » : si une forme peut être remplacée par une autre forme, elle est dissociable de la fonction.

Aujourd'hui, il serait surtout intéressant de rechercher s'il n'existait pas pour le designer une « multiplicité de solutions » (tel le choix de la matière plastique parmi des milliers de produits), en vue de la forme choisie pour son caractère séduisant.

En d'autres termes, démontrer que même lorsqu'une forme semble imposée par la fonction, deux designers n'auraient pas fait la même chose en raison de leur personnalité et de leur sens esthétiques. Cette démarche est déjà largement admise pour rechercher l'originalité de la forme utile par excellence qui est le logiciel.

B- Dans d'autres cas, le design est protégé par le droit d'auteur (parfois sans discussion), soit par l'article 1382 du Code civil, sauvé par la morale des affaires si le juge est choqué par la copie ou impressionné par le fait culturel du design.

On sent bien la justesse d'une telle attitude qui reconnaît la création là où elle est.

Ainsi donc, le fait esthétique et culturel du design est parfois ignoré, parfois reconnu par le juge suivant la part de logique, d'affectif ou d'équitable qui a présidé aux débats.

EN CONCLUSION

Il existe, pour le design, deux types de protection, avec une marge d'incertitude :

- Si la forme est esthétique, la copie porte atteinte à la création, utile ou non, et le droit d'auteur devrait toujours s'appliquer.
- Si la forme n'a pas un caractère esthétique mais est le fruit de l'investissement de l'entreprise, la copie de celle-ci tombe sous le coup de la concurrence déloyale, s'il existe un risque de confusion, et à défaut c'est le droit de la concurrence parasitaire qui est mis en oeuvre.

L'orientation pour une plus grande protection du design et une plus grande répression de la copie, semble se dessiner notamment en Belgique, en Allemagne et en Italie.

Avant de vouloir mettre en chantier un nouveau projet de modification de la législation française, il serait plus judicieux de l'appliquer correctement. La Cour de Cassation, notamment dans sa remarquable décision du 25 novembre 1986 (P.I.B.D. 1986 no 405) à propos de plaque ondulée pour toitures, semble bien s'engager dans la voie de la répression au besoin par le droit commun.

Une grande première au Canada : la marque « sonore »

Richard S. Gareau*

Le 11 août 1989, le Bureau canadien des marques de commerce a émis, pour la première fois, un certificat d'enregistrement pour une marque de commerce qui fera sûrement du bruit... Certains d'entre vous l'ont peut-être déjà entendue sans le savoir; il s'agit d'un son d'une seconde consistant en un crescendo débutant sur une note grave et se terminant sur une note très aiguë, lequel est employé, entre autres, sur une cassette audio. Le plus étonnant, c'est de constater que la marque en question demeurera, à toutes fins utiles, invisible.

Quelle est cette marque? En vérité nous ne pouvons vous le dire! Lorsque cette marque fut reçue par le Bureau des marques de commerce, elle fut classée à l'index sous la désignation «SOUNDMARK». Cette dernière fut modifiée pour «MUSICAL NOTES DESIGN», une désignation de marque de commerce tout aussi inadéquate puisque celle-ci n'est pas une marque graphique. Néanmoins, sa représentation graphique, laquelle est illustrée plus loin, quoique rudimentaire, est pratiquement la seule façon de référer et de reproduire ladite marque, à moins de pouvoir retenir les services d'un Pavarotti pour toute la seconde que dure cette marque, laquelle comporte onze notes réparties sur neuf octaves.

Il n'y a pas de doute que cette décision a touché une corde sensible chez plusieurs praticiens qui commençaient à s'habituer au fait qu'il soit possible qu'une couleur, sans autre élément graphique ou écrit, puisse faire l'objet d'un enregistrement à titre de marque (position adoptée par la section des examens du Bureau des marques à la suite du jugement *Smith Kline & French Canada Ltd. c. Registrar of T.M.* (1987), 12 C.I.P.R. 206).

* Richard S. Gareau, 1990.

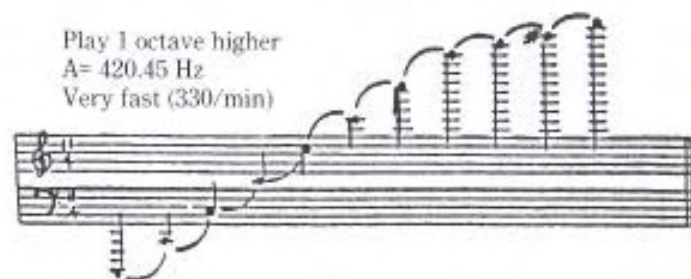
* L'auteur est avocat et agent de marques de commerce au Centre de propriété intellectuelle du CRAC (Centre de recherches et d'analyses sur les corporations Ltée) de Montréal.

Bien sûr, l'enregistrement ne fut pas obtenu sans un effort bien orchestré de la part du requérant CAPITOL RECORDS, INC. de Californie. Cette entité requit cet enregistrement en liaison avec les marchandises suivantes: «phonograph records, magnetic tapes, audio and video tapes, audio and video cassettes and motion picture film» ainsi que pour les services suivants: «professional electronic and engineering services in the field of sound monitoring and duplication for others», et sa demande fut fondée sur un emploi au Canada depuis juin 1981 et sur l'enregistrement américain (1,410,137).

Les motifs à l'encontre de l'enregistrement auraient été traités de façon assez succincte, compte tenu des différentes complications créées par la marque sonore.

Ainsi, la production d'échantillons de cassettes audio fut acceptée à titre de spécimens (règles 28(c), 30(1)(d)(ii) et 33) pour des services et marchandises. Il faut noter cependant que la question de la distinctivité ne fut pas discutée par la division des examens.

Par ailleurs, il fut jugé que les exigences portant sur la production d'un dessin (règles 28(c), 30(1)(d)(i) et 32) étaient satisfaites par la production de la «pièce» musicale illustrée ici et ce, nonobstant que la marque n'a jamais été et ne sera jamais employée de cette façon.



The mark consists of 11 musical notes comprising the notes:

Notes: C₂ C₃ C₄ C₅ C₆ C₇ C₈ C₉ E₉ G[#]₉ C₁₀

Frequency: 62.5 125 250 500 1K 2K 4K 8K 10K 12.5K 16K

En plus du problème de la désignation de ladite marque à l'index, un problème pratique se présente aussi lorsque l'on souhaite obtenir des copies réelles de ladite marque. À cet effet, il serait fort apprécié, par ceux qui manquent de talent vocal, qu'un magnétophone permettant la reproduction de ladite marque soit installé au Bureau des marques.

Une autre question importante est celle de l'emploi réel. Alors que nous pouvons imaginer sans trop de difficultés l'emploi d'une telle marque en liaison avec des services radiophoniques ou de télévision, il devient plus difficile de concevoir un emploi en liaison avec des cassettes audio pré-enregistrées. Par exemple, comment un consommateur pourrait-il, au moment d'acheter la cassette, associer la marque sonore au produit, laquelle marque n'apparaît nullement sur l'emballage extérieur de la cassette? Exiger du vendeur de faire jouer la cassette afin de déterminer si la marque y est bien enregistrée, nous apparaît comme une pratique ayant très peu d'avenir.

D'autres interrogations peuvent être soulevées dont notamment :

- Comment déterminerait-on qu'il y a contrefaçon d'une marque sonore?
- Une marque sonore peut-elle être constituée d'une seule note musicale ou devrait-elle en contenir une quantité minimale?
- Une marque sonore peut-elle être reconnue comme une marque officielle (art. 9(1)(n)(iii))?

Il a aussi été question dans le présent cas de déterminer si la marque avait une fonction purement utilitaire. Or, le Bureau des marques a conclu que, même si la marque pouvait aussi identifier un certain niveau de qualité de l'enregistrement, cette fonction n'était que secondaire et que la marque était utilisée principalement pour identifier la source du produit.

Précisons par ailleurs que, même en l'absence d'un enregistrement formel, le détenteur d'une marque sonore pourrait probablement bénéficier des avantages découlant du common law ou du droit civil en matière de concurrence déloyale.

D'autres questions pourraient certainement être posées advenant la contestation de la présente marque sonore devant la Cour fédérale. Cependant, il serait pertinent d'indiquer que les marques sonores sont enregistrables aux États-Unis depuis au moins 1950 et que cette situation ne fut certainement pas étrangère à la décision du registraire canadien.

Il y a seulement une demi-douzaine de marques sonores enregistrées dans le registre fédéral des États-Unis (sur un total de plus de 1,5 million), incluant la présente marque, laquelle fut la première à y être enregistrée en liaison avec des marchandises. Compte tenu de l'évolution très rapide des techniques de mise en marché, il est possible d'envisager un nombre croissant de demandes en vue d'enregistrer des sons à titre d'identificateurs commerciaux.

Finalement, il y a lieu de mentionner que les marques sonores pourraient éventuellement être reconnues par la communauté internationale puisque l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété

Intellectuelle) tente de faire adopter un nouveau traité visant à harmoniser les lois pour la protection des marques de commerce¹. Une forme de marque encore plus controversée qui fut étudiée, mais finalement exclue du projet de traité, est la marque «olfactive» (c.-à-d. fragrance, arôme, etc.).

Serons-nous un jour invités à considérer les marques TACTILES? Imaginons un peu les titres suivants: BRRR! et OUILLE! Voilà des marques qui laisseraient toute une impression!

1. *Projet de traité sur l'harmonisation des législations protégeant les marques*, préparé par le Bureau International de l'OMPI, Genève, 31 août 1989, et présentement sous étude par le Comité d'experts sur l'harmonisation des législations protégeant les marques (1^{ère} session: 27 novembre au 1^{er} décembre 1989 et 2^{ème} session: 25 au 29 juin 1990).

Jurisprudence

L'affaire CTV Television Network Ltd. c. Commission du droit d'auteur ou Le droit d'exposer ses oeuvres musicales

Serge Provençal*

A- RÉSUMÉ DU JUGEMENT¹

1. Les parties

CTV est un réseau de télévision privé fournissant à ses stations affiliées à travers le Canada des émissions qu'il produit lui-même ou acquiert de producteurs indépendants ou de ses stations affiliées et qui sont transmises à ces dernières par des signaux brouillés par le biais de compagnies de télécommunication telles Bell Canada ou Télésat Canada. Une fois reçues par ces stations affiliées, les émissions sont télédiffusées au public par des émetteurs.

La Commission est l'organisme de réglementation créé par la *Loi sur le droit d'auteur*².

CAPAC et PROCAN sont des sociétés de droit d'exécution qui sont titulaires du droit d'exécution publique et de radiocommunication pour le Canada d'une grande variété d'oeuvres musicales et dramatico-musicales³.

* Serge Provençal, 1990.

¹ L'auteur est avocat associé de l'étude Landreville & Provençal.

1. *CTV Television Network Ltd. (CTV) c. The Copyright Board (la Commission) et Performing Right Organization of Canada Limited et Composers, Authors and Publishers Association of Canada Limited (les Sociétés)*, Jugement no T-2963-89 rendu le 12 avril 1990 par le juge Cullen de la section de première instance de la Cour fédérale du Canada.

2. L.R.C. (1985), c. C-42, art. 66 et s. (à moins d'indication contraire, tout renvoi à la «Loi» réfère à la *Loi sur le droit d'auteur*).

3. Les deux sociétés ont fusionné leurs activités et exercent dorénavant sous le nom de Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN).