

Collège des agents de brevets et des agents de marques de commerce

*Examen des connaissances appliquées des
agent(e)s de marques de commerce –
L'exemple d'examen pour la composante A*

Énoncé de l'objectif : L'exemple d'examen et les exemples de réponse sont fournis à des fins d'information et de préparation uniquement. Le but est de fournir aux candidat(e)s une compréhension générale du type et du format des questions susceptibles d'apparaître dans l'examen des compétences, ainsi que de présenter le niveau de précision attendu dans les réponses. Pour de plus amples renseignements, consultez la page suivante : <https://cpata-cabamc.ca/fr/devenir-un-agent/renseignements-examens-de-competence-des-agentes-de-marques-de-commerce/>

Représentation : L'exemple d'examen n'est pas représentatif de tous les sujets, niveaux de difficulté ou types de questions susceptibles d'être rencontrés dans le cadre de l'examen. Le véritable examen peut contenir des questions qui diffèrent grandement en forme et en contenu.

Valeur prédictive : Le rendement à cet exemple d'examen ne doit pas être perçu comme un indicateur du rendement qui sera obtenu à l'examen des compétences correspondant. Cet exemple d'examen n'a pas pour but de prédire les résultats à l'examen et ne doit pas être utilisé par les candidat(e)s comme seul matériel de préparation.

Corrigé : Les exemples de réponse sont fournis à titre indicatif seulement. Ils ne représentent qu'une des nombreuses approches pouvant être employées pour répondre aux exemples de question. Les réponses au véritable examen peuvent varier, et il peut y avoir plusieurs façons valides de répondre à une question donnée.

Mises à jour et modifications : Les politiques et le contenu de l'examen sont susceptibles d'être modifiés. Bien que nous nous efforcions de garder notre matériel de préparation à jour, il se peut que l'exemple d'examen et les exemples de réponse ne correspondent pas à la plus récente version du véritable examen.

Aucune garantie : L'utilisation de ces exemples ne garantit pas la réussite au véritable examen des compétences. Les candidat(e)s sont encouragé(e)s à se préparer et à étudier de manière exhaustive afin de renforcer leur compréhension de la matière.

Confidentialité : Le contenu du véritable examen est confidentiel.

Rétroaction : La rétroaction sur ce matériel d'exemple est la bienvenue. Sachez toutefois que le Collège ne peut pas fournir de réponses individuelles ou de conseils particuliers en lien avec la préparation à l'examen.

Renseignements au sujet de l'examen

L'examen des connaissances appliquées de l'agent(e) de marques de commerce se déroule sur deux (2) jours. Les candidat(e)s disposent de trois (3) heures la première journée pour terminer la composante A, qui est axée sur l'enregistrabilité et la stratégie. Les candidat(e)s disposent de trois (3) heures le jour suivant pour terminer la composante B, qui est axée sur les poursuites, les oppositions et les procédures en vertu de l'article 45. Chaque composante a une valeur de 75 points; les deux (2) composantes sont notées conjointement sous la forme d'un même examen de 150 points au total.

Le présent document est un exemple de la composante A. Il compte 11 questions d'une valeur totale de 75 points.

La composante A sera notée conjointement à la composante B.

Durant l'examen, les candidat(e)s disposeront d'un accès électronique à la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch. T-13 (la « *Loi sur les marques de commerce* ») et au *Règlement sur les marques de commerce*, DORS/2018-227 (le « *Règlement sur les marques de commerce* »), ainsi qu'au reste de la documentation et des ressources nécessaires pour répondre aux questions d'examen.

Directives pour les candidat(e)s

Examinez l'ensemble de la documentation fournie. Répondez à l'ensemble des questions.

Évitez de formuler des commentaires superflus sans rapport direct avec la question. Ne présumez d'aucun fait qui n'est pas expressément énoncé.

Lorsqu'on vous demande d'étayer une réponse, incluez une discussion ou un raisonnement qui soient pertinents. S'il peut être utile d'inclure les références pertinentes des sources (p. ex., jurisprudence, dispositions législatives ou réglementaires), il n'y a pas de points réservés à l'inclusion de telles références, à moins d'une indication à cet effet dans la question.

Les réponses de style télégraphique sont acceptées.

Examen des connaissances appliquées de l'agent(e) de marques de commerce composante A (3 heures, 75 points)

Question 1 [12 points au total]

Une de vos clientes de longue date, We Ride Together Inc., exerce ses activités dans l'industrie du sport et se spécialise dans les vêtements pour motocyclistes professionnels. We Ride Together Inc. est une société canadienne établie à Toronto (Ontario), qui compte plusieurs magasins aux États-Unis, au Royaume-Uni et dans l'Union européenne. Le client travaille depuis plusieurs années avec des fournisseurs situés à Bangkok (Thaïlande).

Votre cliente a récemment mis au point une nouvelle veste de protection légère qui comporte un système de ventilation novateur fondé sur une technologie novatrice qui a elle aussi été développée par le client. La veste est également dotée de manches découpées en forme de vagues. La méthode et les matériaux utilisés pour intégrer ce système de ventilation sont restés confidentiels et exclusifs à la société. Ce nouveau produit sera dévoilé lors du prochain championnat de course de moto à Riyad (Royaume d'Arabie saoudite), grâce à une entente de parrainage avec l'une des équipes de course. La course aura lieu dans 2 mois, et le produit n'a toujours pas été révélé au public.

La veste, qui porte la marque WE FAST, portera également sur son dos une œuvre commandée auprès d'un l'artiste d'une agence publicitaire pour cet événement en particulier. L'œuvre est inspirée des dunes du désert et inspire l'idée de la vitesse et de la liberté. La cliente prévoit faire de la publicité et vendre la nouvelle veste dans ses magasins à l'échelle internationale, et elle sera portée par les coureurs à Riyad pendant l'événement.

Soudainement consciente des vulnérabilités potentielles de son plan au niveau de la protection de la propriété intellectuelle (PI), votre cliente communique avec vous pour une consultation d'urgence. Après avoir examiné le portefeuille de ses marques de commerce, vous découvrez que We Ride Together Inc. possède un enregistrement pour la marque de commerce WE FAST au Canada depuis 2014. Cet enregistrement couvre des « vêtements, à savoir des vestes » et des « vêtements de moto, à savoir des vestes de protection contre les blessures ».

Décrivez une approche pour ce client (le style télégraphique est accepté). Dans votre description, abordez les besoins et les objectifs du client **[2 points]**, les types de protection disponibles pour la propriété intellectuelle **[3 points]**, la stratégie recommandée pour l'enregistrement de la marque de commerce, fondée sur les faits, en vue d'une protection optimale de cette marque de commerce **[3 points]**, ainsi que toute échéance pratique ou stratégique associée à la stratégie d'enregistrement de la marque de commerce **[4 points]**.

Question 2 [5 points au total]

Reportez-vous au scénario de la question 1. Votre cliente, We Ride Together Inc., vous a envoyé des photos de la nouvelle veste mise au point dans le but particulier de protéger contre les blessures, et vous remarquez que le nom WE RIDE TOGETHER est imprimé sur l'une des manches. Le client n'a jamais pensé à protéger ce nom, puisqu'il s'agit du nom de la société. Vous savez que ce type de vêtement appartient à la classe 9. Votre client accepte de payer pour une recherche complète de la disponibilité de la marque de commerce au Canada.

Préparez une note à l'intention de votre nouvel agent(e) de marques de commerce en formation qui décrit brièvement les directives à suivre pour effectuer une recherche de marque de commerce en l'occurrence. **[5 points]**

Question 3 [13 points au total]

Suzie Bellamy est l'auteure d'une série de livres pour enfants intitulés ABRACADABRA. Le premier livre de cette série a été publié en 2015 et a connu un succès instantané chez les enfants d'âge préscolaire dans l'ensemble du Canada. En 2016, Mme Bellamy a lancé une multitude d'articles promotionnels portant la marque de commerce ABRACADABRA, décidant alors de produire une demande de marque de commerce pour la marque auprès du Bureau des marques de commerce du Canada. Un(e) autre agent(e) de votre bureau a aidé Mme Bellamy à enregistrer la marque comme suit :

No de la demande 1,789,789

Date de production : 2016-07-03

No de l'enregistrement : 991,991

Date de l'enregistrement : 2018-03-01

Marque de commerce : ABRACADABRA

Type : Mot

Catégorie : Marque de commerce

Demanderesse :

Suzie Bellamy

958, Pineview

Vancouver (C.-B.)

V5Z 1M9

Produits :

(1) Livres pour enfants.

(2) T-shirts, sacs d'école, affiches et livres à colorier.

Revendications : Employée au Canada depuis au moins le mois de décembre 2015 sur les produits (1). Employée au Canada depuis au moins le mois de juin 2016 sur les produits (2).

En septembre 2018, Mme Bellamy s'est mise à vendre ses livres et sa marchandise dans plusieurs pays anglophones. Elle a maintenant lancé une application logicielle éducative pour tablettes et téléphones intelligents, qui est rapidement devenue l'une des applications éducatives les plus téléchargées au Canada, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Irlande et en Australie.

L'agent(e) qui a travaillé précédemment avec Mme Bellamy a depuis pris sa retraite, et vous avez hérité de ses dossiers. Mme Bellamy communique avec vous parce qu'elle souhaite protéger sa marque de commerce à l'échelle internationale pour ses livres, sa marchandise et son application éducative; elle dispose toutefois d'un budget limité. Dans le message vocal qu'elle vous a laissé, elle vous indique également que le processus l'a précédemment laissée perplexe et qu'elle aimerait mieux comprendre les coûts et les avantages associés à la protection de sa marque de commerce dans sa situation.

Elle vous fournit un document détaillé de stratégie opérationnelle où sont soulignées les gammes de produits et les campagnes de marketing à venir. Le document de stratégie indique la nécessité de trouver un nouvel endroit aux fins d'entreposage. Le département du droit immobilier de votre cabinet juridique a un partenariat avec une agence immobilière spécialisée dans les solutions pour entreprises, et vous pensez qu'elle serait en mesure d'aider votre cliente. Décrivez une approche pour

cette cliente (le style télégraphique est accepté). Dans votre description, abordez les besoins et les objectifs de la cliente **[3 points]**, les avantages et les risques/inconvénients associés à la protection des marques de commerce **[4 points]**, la stratégie recommandée pour la production de la marque de commerce, fondée sur les faits, en vue d'une protection optimale de la marque de commerce **[3 points]**, ainsi que les étapes à suivre avant de mettre l'agence immobilière et votre cliente en contact **[3 points]**.

Question 4 [15 points au total]

Votre client(e) souhaite présenter une demande en vue d'enregistrer la marque de commerce ZENITH pour un emploi en liaison avec des huiles essentielles, plus particulièrement des huiles essentielles de lavande, pour usage personnel et domestique. La marque n'a toujours pas été employée au Canada. Avant de produire une demande pour l'enregistrement de la marque ZENITH, votre client(e) vous a demandé d'effectuer une recherche dans le Registre canadien des marques de commerce et de fournir votre avis quant à la disponibilité de la marque aux fins d'enregistrement et d'emploi.

La première partie du rapport de recherche comprend une sélection de marques de commerce provenant du Registre canadien des marques de commerce. Pour chaque marque concernée ci-dessous, déterminez si la marque est susceptible de constituer un obstacle pour l'enregistrement de la marque ZENITH en liaison avec les produits d'intérêts selon les critères de la confusion établis au paragraphe 6(5), ainsi que tout autre fait important, comme le fait que le ou la propriétaire de la marque soit votre client(e). Fournissez une brève justification pour chaque marque concernée **[1 point par marque de commerce, pour un total de 10 points]**. Adoptez la perspective de l'examineur(-trice) ou du Bureau des marques de commerce, plutôt que la perspective d'une procédure en opposition.


Fournissez ensuite votre interprétation des résultats de la recherche, ainsi que tout autre conseil ou recommandation que vous donneriez à votre client(e) **[5 points]**. Ne présumez pas qu'il y a un caractère distinctif acquis.

ze-nith (zé-nith)

Nom

- 1. La période pendant laquelle une chose atteint le point culminant de sa force ou de son succès.
- 2. Le point du ciel ou de la sphère céleste se trouvant directement au-dessus de l'observateur(-trice).

Définition adaptée du dictionnaire Larousse et de Google.

No	Marque de commerce	État et no de demande/de l'enregistrement et date	Produits et services	Propriétaire
1.	ZEN-MYTH LAVANDER	Annoncée No de la demande : 1976285 Date de la demande : 2019-09-06	Classe 3 : Lotions pour le corps	Beauty Zen LLC 268, rue Horner Ottawa (Ontario) K1A 0A2
2.	ZENITH	Enregistrée No de l'enregistrement : TMA498,852 Date de l'enregistrement : 2012-03-08	Classe 1 : Huiles de tannage pour peaux d'animaux	MOO Group S.P.A. 4, rue Abruzzi, Milan, Italie, 20030
3.		Produite No de la demande : 1978453 Date de la demande : 2021-04-18	Classe 5 : Complément alimentaire à l'huile de lin; huiles de massage médicamenteuses.	Miiitaco Inc. 259, 2e Avenue Ouest, Edmonton (Alberta) T5A 0B9
4.	Z ZENITH	Abandonnée No de l'enregistrement : TMA321,698 No de l'enregistrement : 1999-08-09	Classe 3 : Huiles essentielles et diffuseurs	ZEN Inc. 650, rue Market, Philadelphie (Pennsylvanie), États-Unis, 19103
5.	ZENITH CALM	Produite No de la demande : 1956234 No de la demande : 2020-05-19	Classe 4 : Bougies parfumées d'aromathérapie Classe 21 : Diffuseurs électriques d'aromathérapie	CALM PLS LLC 6, route Challenger, Ridgefield Park (New Jersey), États-Unis, 07660
6.	ZEN IT	Enregistrée	Classe 25 : Vêtements, à savoir des t-shirts, des	Robert Molliere

No	Marque de commerce	État et no de demande/de l'enregistrement et date	Produits et services	Propriétaire
		No de l'enregistrement : TMA867,417 No de l'enregistrement : 2013-07-09	chapeaux et des chaussettes.	8, avenue Woodward, Détroit (Michigan), États-Unis, 48226
7.	XENITH	Enregistrée No de l'enregistrement : TMA1,082,365 No de l'enregistrement : 2018-04-29	Classe 35 : Services d'agence de vente d'huiles essentielles pour la parfumerie Classe 40 : Mélange personnalisé d'huiles essentielles pour l'aromathérapie	XENITH Inc. 245, promenade Pinnacle, Wilmington (Delaware), États-Unis, 19803
8.	ZENITH OF LIFE	Enregistrée No de la demande : TMA785,318 No de la demande : 2012-12-12	Classe 3 : Parfums pour usage personnel	ChaoLin Mey App 901, No 17, rue ZhongGhe, Beijing, Chine, 100 176
9.	SENITE	Enregistrée No de l'enregistrement : TMA852,364 No de l'enregistrement : 2014-07-22	Classe 29 : Huile de lavande à usage culinaire	BBYOU LLC. 78, avenue Pauline, Toronto (Ontario), M6H 0B1
10.	ZENITH	Annoncée No de la demande : 0925587 Date de l'annonce : 2019-09-03	Classes 1 à 45	Société royale d'astronomie du Canada 265, Hella Ouest, Vancouver (Colombie-Britannique) Y5V 0C1

Question 5 [7 points au total]

Reportez-vous aux faits de la question 4. La deuxième partie du rapport de recherche comprend des recherches sur Internet, et votre attention est immédiatement attirée par le résultat suivant :

Résultats Web	MC	Titre de la page	Adresse URL
WEB 1	Zenith Kit	Zenith Kit – Diffuseur et mélange relaxant...	https://www.bonbon.com/us/product/zenith-kit

Lors de la première rencontre, votre client(e) a mentionné que Bon Bon SARL est une entreprise française, et qu'il s'agit de son concurrent principal. En examinant rapidement la section « nouveaux produits » du site Web de Bon Bon SARL, vous découvrez le produit ZENITH KIT, composé d'un diffuseur d'huiles essentielles électrique et d'un mélange liquide compatible. Le site Web indique clairement que la vente et l'expédition en ligne se font aux États-Unis seulement, la devise est le dollar américain et le localisateur de magasin en ligne n'affiche aucun emplacement au Canada.

En vous fondant sur ces renseignements, résumez les principaux points de la réponse que vous fourniriez au (à la) client(e). La réponse doit inclure votre évaluation du droit à l'enregistrement **[3 points]**, ainsi que les points de litige potentiels avec les tiers **[4 points]**.

Question 6 [6 points au total]

Pour chacune des marques de commerce suivantes, indiquez si la marque est enregistrable ou non pour les produits ou services connexes et pourquoi (fournir une brève justification ou la disposition pertinente de la Loi ou du Règlement). Ne présumez pas qu'il y a un caractère distinctif acquis. **[2 points par marque de commerce pour un total de 6 points]**

- (a) QUICK CONNECT en liaison avec des « connecteurs électriques pour câble ».
- (b) La couleur JAUNE, en liaison avec des « balles de tennis ».
- (c) WILDLIFE SAMBUCA, en liaison avec des « spiritueux ».

Question 7 [4 points au total]

Votre client vous a envoyé une marque de commerce figurative à produire au format « TIFF », pour la conception suivante : A | M™. Le client vous a aussi fourni les codes de couleur Pantone. Présumez que vous possédez le reste des renseignements corrects et pertinents pour la production de la marque.

En vous fondant sur les faits fournis, cernez les objections techniques ou autres problèmes susceptibles d'être soulevés si la demande suivante était produite sans modification. **[4 points]**

Détails sur le demandeur

Dressy People
123, rue Aléatoire,
Toronto (Ontario)
M1M 1M1

Détails sur l'agent

Agent LLP
456, rue Aléatoire
Toronto (Ontario)
M1M 1M1

Détails sur la marque de commerce

Nom de la marque de commerce :

AM & Design

Type(s) de la marque de commerce :

Dessin

Représentation visuelle :

A | M™

Revendication de couleur :

La couleur est revendiquée comme caractéristique de la marque de commerce. Les lettres « A » et « M » de la marque de commerce sont de couleur bleu pâle (PANTONE 317C).

Produits

Classe : 25 - chemises habillées, vêtements d'apparat

Question 8 [2 points au total]

Un(e) client(e) vous indique qu'il(elle) s'apprête à lancer de nouvelles bicyclettes et que ces produits sont déjà affichés sur le site Web de l'entreprise. Vous y trouvez des photos des bicyclettes, où l'on voit la marque de commerce imprimée sur le cadre. Il est également possible pour la clientèle canadienne de précommander le produit. Aucune bicyclette n'a encore été vendue.

En vous fondant sur les faits fournis, déterminez s'il s'agit d'un emploi de la marque de commerce. **[2 points]**

Question 9 [3 points au total]

123456 Canada Inc. est votre client. La société compte 2 actionnaires, qui en sont également les seuls directeurs. Le client a enregistré la marque de commerce SOSO en liaison avec les « gants » et le « vin ». Ces 2 actionnaires ont décidé de rompre leur partenariat. Dans le cadre de l'entente, l'actionnaire « A » gardera le contrôle de la société et de l'emploi de la marque de commerce SOSO en liaison avec les « gants », alors que l'actionnaire « B » a constitué une nouvelle société, Zen Inc., qui emploiera la marque de commerce SOSO en liaison avec le « vin ».

En vous fondant sur les faits fournis, que doivent faire les parties pour mettre en œuvre cette entente à l'égard de la marque déposée SOSO? [3 points]

Question 10 [3 points au total]

Votre client, une chaîne nationale de brasseries, possède l'enregistrement no TMA678,910 pour la marque de commerce SANDCASTLE, en liaison avec la bière. Cette marque de commerce a été enregistrée le 18 novembre 2010, mais votre client a employé cette marque continuellement depuis le mois de septembre 2010. Dans le cadre de vos recherches de surveillance régulières pour ce client, vous découvrez la demande de marque de commerce suivante :

No de la demande : 1,987,654

Marque de commerce : SANDCASTLE B

Nom et adresse du demandeur :

Windy Beach Breach Brewing Co.

188, chemin Sandy, Parksville (Colombie-Britannique)

Produits : Bières et cidres

Date de production : Le 15 août 2023

Après avoir embauché un(e) enquêteur(-trice) afin d'obtenir plus de faits, vous découvrez que Windy Beach Brewing Co. est une petite brasserie artisanale de Parksville, en Colombie-Britannique, qui semble employer la marque de commerce SANDCASTLE B depuis 2008 en liaison avec des bières et des cidres.

Après avoir avisé votre client de cette demande, il vous indique n'avoir jamais entendu parler de cette petite entreprise de Parksville, que ce soit avant ou après l'adoption par votre client de la marque de commerce SANDCASTLE.

En vous fondant sur les faits qui vous sont fournis, expliquez pourquoi l'enregistrement est à risque ou non d'une invalidation. **[3 points]**

Question 11 [5 points au total]

Votre cliente, Promise Mode Inc., souhaite enregistrer la marque de commerce BRYLLYANTE KUT en liaison avec des produits de la classe 14 (pierres précieuses, diamants, bijoux) et de la classe 25 (vêtements, t-shirts). Après avoir effectué une recherche sur la disponibilité de la marque de commerce, vous arrivez aux conclusions suivantes :

1. La marque de commerce BRYLLYANTE KUT est une description claire ou une description fausse et trompeuse des produits de la classe 14. Le terme est perçu comme une variation de l'expression « BRILLIANT CUT », qui décrit un type de taille précis pour les pierres précieuses.
2. Une demande antérieure produite par Bold Chrono Ltd. se trouve en suspens pour la marque de commerce BRILLIANTIA & Circle Design. Cette demande vise des produits de la classe 26 (accessoires pour cheveux) et pourrait être considérée comme semblable au point de créer de la confusion avec BRYLLYANTE KUT.
3. Le terme « vêtements » utilisé dans la description des produits de la classe 25 est jugé comme trop vague et trop imprécis en vertu du Règlement.

En vous fondant sur les faits fournis, suggérez au moins 5 façons de rendre la marque enregistrable. **[5 points]**