

## CONSIDÉRATIONS SUR LES TYPES DE MARQUES

*Suite à l'atelier portant sur les principes généraux en marques de commerce ayant eu lieu le 28 mars 2001, nous abordons un des sujets exposés, à savoir les types de marques de commerce.*

Une marque peut être composée d'un ensemble de lettres ou de chiffres, de mots, d'un slogan, d'un logo, de formes distinctives ou une combinaison de ces éléments.

### Marques nominatives

Lorsqu'une marque est composée de chiffres, de lettres et/ou de mots, inventés ou non, il s'agit d'une « marque nominative ». Quelques exemples : IKEA, Costco, McDonald's, 7UP.

### Marques figuratives

Lorsqu'une marque est composée d'un logo, il s'agit alors d'une « marque figurative ». Quelques exemples : les arches dorées de McDonald's, les hexagones du Mouvement Desjardins ou le « P » stylisé de Provigo.

### Marques combinatoires

Par ailleurs, il existe des marques qui sont une combinaison d'éléments graphiques et de mots. Nous appelons ces marques « combinatoires ». Il est à noter qu'un lettrage stylisé est également considéré comme un élément graphique. Ces marques sont assez fréquentes puisqu'elles ont l'avantage de protéger à la fois les mots et les éléments



CENTRE DE PROPRIÉTÉ  
INTELLECTUELLE  
INTELLECTUAL  
PROPERTY CENTRE

CPI - IPC

graphiques et par le fait même, évitent la production de plusieurs demandes d'enregistrement.

Les deux catégories précédentes apparaissent généralement avec la mention « DESSIN » ou « & DESSIN ».

Prenons par exemple la marque CPI qui apparaît ci-haut. Dans cette marque, nous pouvons remarquer la présence d'éléments verbaux (CPI – CENTRE DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE) et d'un logo distinctif.

Bien que les marques combinatoires soient avantageuses au niveau des coûts, elles offrent moins de flexibilité. En effet, la marque doit être utilisée telle qu'elle a été enregistrée. Des dérogations dans le logo ou les mots peuvent mettre en péril les droits du titulaire dans l'enregistrement et même occasionner la radiation de la marque. C'est pourquoi il y a des avantages à long terme de dissocier les types d'éléments d'une marque en effectuant plusieurs demandes d'enregistrement séparées pour les

portions nominatives et les portions figuratives. De cette façon, une variation dans le logo n'aura pas d'impact négatif sur l'enregistrement des mots.

Dépendant du nombre de composantes dont un titulaire fait l'emploi, il est conseillé de faire des dépôts séparés pour chaque variante afin d'assurer un maximum de protection.

\* \* \*



« Les perles » du  
Journal des marques

(Pour souligner l'originalité et la  
distinctivité de certaines marques.)

« PHOTOGÉNIQUE »

Marque déposée en liaison avec...

Un cosmétique nommé fond de  
teint.

No. d'application: 1030992

