

LA RAISON D'ÊTRE DE LA MARQUE DE COMMERCE — LES ABUS QU'ELLE ENTRAÎNE

Nous avons rapporté dans un de nos derniers numéros le jugement intéressant rendu par le juge McLennan en faveur de la brasserie Molson dont on avait essayé de copier la marque dans le but évident de tromper le public.

Le cas dont il s'agissait tombait sous le coup de la "Loi des Marques de Commerce" dont l'institution a pour but de protéger le produit d'un fabricant ou d'un producteur comme l'indique l'article 5 qui se lit comme suit: "Les marques, noms, empreintes, étiquettes, enveloppes et tous autres signes qu'une personne peut adopter pour en faire usage dans son commerce, dans son industrie, dans sa profession ou dans son métier, à l'effet de distinguer les produits ou les marchandises de toutes espèces fabriqués, produits, composés, revêtus d'emballages ou mis en vente par elle de quelque manière que ces marques soient apposées, soit sur les produits ou les marchandises, soit sur les colis, paquets, caisses, boîtes, vaisseaux ou autres emballages quelconques dans lesquels sont renfermés les dits objets, sont considérés comme marques de commerce pour les fins de la présente loi, et ces marques peuvent être enregistrées pour l'usage exclusif de la personne qui en a fait l'enregistrement de la manière prescrite par la présente loi; et cette formalité remplie, cette personne a le droit exclusif de faire usage de ces marques pour distinguer les produits de sa fabrique ou les objets de son commerce".

Ainsi donc, la dite loi a pour objet bien défini la protection du producteur, elle est la garantie du signe distinctif qui fait connaître au public la provenance et la qualité du produit mis sur le marché et son application est une sauvegarde indéniable tant pour le marchand que pour le consommateur. Dans des temps de concurrence acharnée comme ceux dans lesquels nous sommes, on conçoit qu'une loi de protection des marques de commerce soit une nécessité pour combattre les produits inférieurs qui tout en ayant une apparence similaire sont composés de produits d'un choix plus ordinaire. La marque de commerce apposée sur un article, permet d'en répandre la consommation par l'appellation distincte qui s'y rattache; elle est un agent merveilleux de popularité et une raison de publicité intensive. La marque de commerce est, en général, invoquée comme un témoignage de qualité; de fait elle consacre l'effort de fabrication améliorée, elle met le sceau à un produit le plus souvent recommandable. Et dans ce sens elle est un bienfait tant pour le marchand que pour le public.

Cependant, la loi des marques de commerce, telle qu'elle est actuellement, présente des lacunes notoires et sous sa forme actuelle favorise parfois le renchérisement de la vie d'une façon indéniable. Il peut arriver en effet, que fort de son droit de vente exclusif et protégé par l'étiquette enregistrée au ministère de l'agriculture, un manufacturier se saisisse d'un article d'un prix de manufacture minime et en fasse un article coûteux au détail, en imposant un prix disproportionné à force de publicité intense. Un article de loi aurait pu et dû prévoir ce cas, pour sauvegarder les intérêts du marchand-détaillant et du consommateur qui arrivent dans certains cas, à payer quatre fois le prix d'un article sous le prétexte qu'il porte telle ou telle marque. Evidemment tel n'a pas été l'esprit de la loi; cette pratique n'en est qu'une déformation, elle

constitue un abus, mais enfin le mal n'en est pas moins apparent et préjudiciable. Tôt ou tard, un amendement mettra fin à cette exploitation du public faite sous le couvert de la loi des marques de commerce et contribuera ainsi à solutionner le problème du coût élevé de la vie.

Il faut que notre commerce s'effectue dans une atmosphère d'honnêteté et non dans un esprit d'abus et de tromperie; il faut pour notre réputation nationale et notre facilité de vie qu'il y ait une épuration faite dans ce sens, les situations dures que nous avons traversées nous ont mis bien en face de nous-mêmes, nous avons réfléchi plus que jamais et compris la nécessité de certaines réformes qui ne tarderont pas à se produire pour le plus grand profit de notre prospérité nationale et c'est là un but vers lequel doivent tendre toutes les volontés des marchands-détaillants qui commercent sous les principes de franchise et de loyauté.

CAFE MOULU

Sous ce titre, le Laboratoire du gouvernement fédéral publie un Bulletin d'un intérêt tout spécial, parce qu'il nous révèle les noms et les méthodes de plusieurs falsificateurs de café.

Les analystes officiels ont examiné 407 échantillons de café qu'ils s'étaient procurés chez des détaillants, dans toutes les parties du Dominion. Ils en ont trouvé 341 d'authentiques, et douze autres qui étaient additionnés de matière étrangère, mais dans une proportion inférieure à 10 pour cent, que tolère la loi.

Mais les inspecteurs ont aussi découvert 35 cas bien caractérisés de sophistication.

Le café est au nombre des produits alimentaires de consommation générale, et comme tout le monde n'aime pas moudre soi-même son café, la plupart des gens l'achètent moulu. Or le café moulu invite à la fraude. Nombre de gourmets, qui se piquent de bien connaître la saveur caractéristique et le délicieux arôme d'un bon café s'y font prendre eux-mêmes et boivent quelquefois, en se délectant, une décoction de chicorée et de céréales préalablement torréfiées et pulvérisées.

Les céréales et la chicorée, voilà la base de presque toutes les falsifications pratiquées dans notre pays. Un fabricant, toutefois, a eu l'idée de substituer des pois, de vulgaires pois, aux céréales plus couramment employées par les fraudeurs.

La province de Québec a plus que sa part des trente-cinq falsifications qui viennent d'être mises en lumière. Cela paraît provenir du fait qu'un fabricant de Montréal a fait un commerce assez étendu de céréales et de chicorée portant l'étiquette de café.

Le détaillant qui est aux yeux de la loi, complice des fraudes commises par les fabricants, est le plus souvent trompé lui-même. Il a toutefois en ce moment une occasion exceptionnelle de se renseigner sur l'honnêteté de ses fournisseurs en demandant par lettre, au ministère de l'Intérieur, une copie du Bulletin No 340, qui traite du café moulu.

Par ce moyen, les honnêtes épiciers qui vendent du café au détail auront sous les yeux une liste, sans doute partielle, des falsificateurs de café.