L’Affaire Oasis: Quand le jus tourne au vinaigre – L’impact des médias sociaux sur la justice

1 mai 2012

Auteur

Chantal Desjardins

Associée, Agent de marques de commerce Associée, et Avocate

Deux sociétés Lassonde (ci-après Lassonde) , détentrices de la marque OASIS identifiant principalement des jus de fruits, intentent un recours judiciaire contre Oasis d’Olivia inc. pour demander à la Cour supérieure d’ordonner de cesser l’emploi de la marque OLIVIA’S OASIS pour du savon et de payer des dommages exemplaires et punitifs.

Lassonde s’oppose aussi à l’enregistrement de la marque OLIVIA’S OASIS.

Lassonde perd devant les deux instances. La Cour supérieure conclut qu’il y a abus de procédure et condamne Lassonde au paiement des honoraires extrajudiciaires et $25,000 en dommages punitifs.

La Cour d’appel, uniquement saisie de la question des honoraires extrajudiciaires et des dommages, renverse la décision de la Cour supérieure considérant qu’il n’y a pas eu de preuve d’abus de procédure.

A la suite de cette dernière décision, la presse écrite puis les médias sociaux s’emparent de l’affaire et expriment un tel mécontentement que Lassonde décide de battre en retraite et dédommage à l’amiable Oasis d’Olivia inc.

La Cour d’appel n’a pas été convaincue qu’il y avait eu abus de procédure après analyse du comportement de Lassonde dans le cadre du dossier, de l’absence d’intimidation expresse et du fait que l’exercice de deux recours en parallèle était une pratique courante en la matière. La cour ajoute que puisque le juge de première instance a rendu un jugement en 50 paragraphes après 5 jours de procès et un long délibéré, la question juridique au coeur du débat ne devait pas être évidente.

Ces évènements amènent les réflexions suivantes :

1. Le détenteur d’une marque de commerce doit exercer son jugement pour déterminer dans quelles situations il doit ester en justice et dans quelles situations il doit s’en abstenir. Lorsque le détenteur analyse cette question, il prend en compte ses chances de succès, l’importance du problème et les répercussions futures sur ses droits, etc. et il doit aussi composer avec l’impact possible d’un tel

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

recours sur sa réputation. Cette considération n'est pas nouvelle mais elle gagne du poids depuis que les médias sociaux permettent de propager des informations comme une trainée de poudre

2. La Cour d'appel souligne que les recours pouvaient être justifiés pour renforcer l'identification de Lassonde à sa marque. Nous ajoutons que le détenteur d'une marque qui ne réagit pas lorsque ses droits sont bafoués peut voir ses droits amoindris sinon anéantis dans certaines circonstances.

3. La durée du procès dépend des efforts que les parties y mettent. Le long jugement s'explique par le fait que l'analyse du risque de confusion requiert l'étude de plusieurs critères et considérations, ce qui ne veut pas dire que la conclusion n'est pas facile à prévoir. Le long délibéré n'est pas en soi un facteur à considérer dans la question de l'abus de procédure puisqu'il peut avoir été causé par de multiples facteurs qui peuvent n'avoir aucun lien avec la cause (dont l'agenda de la juge).

4. L'article 54.1 du Code de procédure civile du Québec indique qu'un recours peut être abusif s'il est manifestement mal fondé. Comme les marques possèdent des différences notables au niveau phonétique, visuel et sémantique, que le terme OASIS a une signification dans le langage courant, que personne ne peut s'approprier ce terme, que les protagonistes offraient en vente leurs produits destinés à des fins et des clients différents, ne se retrouvant pas côte à côte dans les mêmes établissements et sans chevauchement de créneaux de distribution, nous nous interrogeons sur le fondement juridique de ce recours.

5. La preuve d'un abus de procédure peut s'avérer difficile à faire devant les tribunaux. On ne peut entraver indûment le recours aux tribunaux.

6. Les médias sociaux peuvent réagir à des situations qui paraissent injustes et l'impact des médias sociaux est puissant. Les opinions émises sur les médias sociaux ne prennent pas nécessairement en compte les règles de droit et de preuve et peuvent être contraires au droit et être injustes. Les médias sociaux peuvent mener à d'autres types d'abus par exemple lorsque les opinions qui sont véhiculées se préoccupent davantage du degré de sympathie des parties impliquées que des fondements du droit.

7. Bien utilisés, les médias sociaux peuvent être un outil intéressant pour qui veut faire valoir ses droits, en permettant la cueillette d'informations, en identifiant ceux qui reçoivent des mises en demeure similaires, ceux qui faute de moyens économiques décident de ne pas ester en justice ou ne pas se défendre et ainsi aider le justiciable à faire la preuve devant les tribunaux d'un abus de procédure !

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.