Fashion Week et propriété intellectuelle : comment protéger une collection de mode au Canada

18 septembre 2026

Auteurs

Arianne Leduc

Avocate

Alain Y. Dussault

Associé, Agent de marques de commerce Associé, et Avocat

Chaque Fashion Week marque une période de forte visibilité pour les marques de l'industrie de la mode, mais elle les expose également à des risques accrus de copie, de contrefaçon et d'usages non autorisés. Brevets, dessins industriels, marques de commerce et droit d'auteur peuvent offrir une protection complémentaire, à condition d'intervenir au bon moment.

Pourquoi la Fashion Week augmente les risques de copie et de contrefaçon

À l'ère des réseaux sociaux, une Fashion Week représente bien plus que de simples défilés. À peine dévoilées sur les podiums, les nouvelles collections circulent rapidement dans les médias et peuvent devenir virales en quelques heures.

Bien que cette accélération du cycle de visibilité contribue à l'engouement entourant les pièces de vêtement les plus convoitées, elle expose également les créateurs à un risque accru de reproduction et d'usages non autorisés de leurs nouvelles créations.

Dans ce contexte, il faut connaître les bons outils juridiques et prendre les mesures nécessaires pour protéger ses droits de propriété intellectuelle.

Identifier la valeur des créations pour choisir la bonne protection de sa propriété intellectuelle

Qu'il s'agisse d'un motif, d'un logo, d'une forme, d'une marque apposée sur un vêtement ou même d'une innovation fonctionnelle, différentes formes de protection peuvent être envisagées pour empêcher des tiers de capter la valeur de vos efforts créatifs. Ainsi, une réflexion sur la source et

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

la valeur de votre création permet d'utiliser les bons outils législatifs à votre disposition.

Le présent article présente les principaux régimes de propriété intellectuelle applicables à l'industrie de la mode. Certaines considérations doivent être gardées à l'esprit avant le lancement d'une nouvelle collection.

1. Les brevets : protéger les innovations techniques dans l'industrie de la mode

Bien que, dans l'industrie de la mode, l'apparence d'un produit contribue souvent à son succès commercial, certaines marques se distinguent aussi par les solutions techniques qu'elles intègrent à leurs créations. Pensons aux chaussures NIKE AIR, aux vêtements Under Armour pour les tissus de performance ou encore au Gore-Tex. Dans ce contexte, le régime des brevets peut jouer un rôle important, puisqu'il vise non pas à protéger l'esthétique d'un vêtement, mais bien l'innovation fonctionnelle qui le sous-tend.

Les brevets sont utiles afin de protéger une innovation technique. À titre d'exemples, d'un procédé de fabrication, d'un nouvel appareil, d'une composition de matières ou du perfectionnement de ceux-ci. Dans l'industrie du vêtement, des innovations comme la fermeture éclair, le velcro ou certains tissus imperméables illustrent bien le type d'invention susceptible de protection.

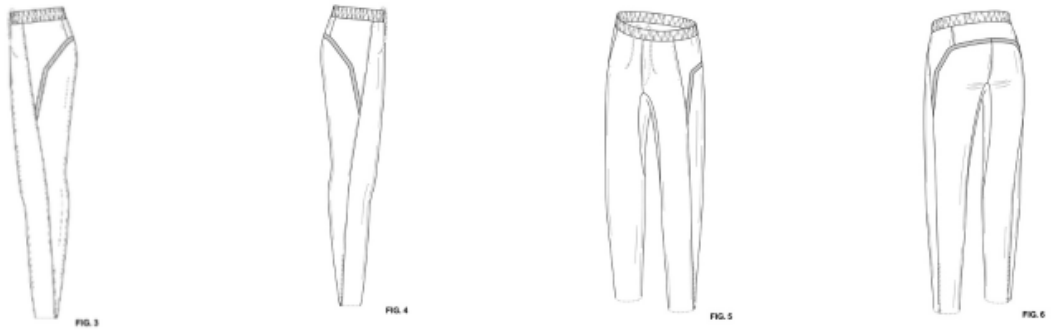
Les règles de base en matière de brevet sont que l'invention doit être nouvelle, non évidente et utile. L'office de la propriété intellectuelle du Canada (l'OPIC) évalue la demande de brevet et l'enregistre uniquement si elle est convaincue que l'invention correspond entre autres à ces critères. Le brevet, s'il est enregistré par l'OPIC, confère le droit exclusif d'exploiter l'invention pendant 20 ans à compter de la date de dépôt. Cette protection peut avoir une valeur commerciale importante, puisqu'elle permet d'empêcher des tiers de fabriquer, d'utiliser ou de vendre l'invention protégée. Comme l'invention n'est protégée que dans les pays où le brevet est enregistré, le choix de ces pays est important. On va sans doute protéger certaines inventions comme des tissus chauffants plutôt en Norvège qu'en Arabie saoudite. Mais on pourrait aussi les protéger en Turquie et en Inde, parce que l'invention pourrait être fabriquée dans ces pays.

2. Les dessins industriels : protéger l'apparence d'un vêtement ou d'un accessoire

Le dessin industriel permet de protéger la forme, la configuration, un motif, des éléments décoratifs ou toute combinaison de ces caractéristiques appliquées à un produit. En somme, on protège l'apparence d'un produit.

À titre d'exemple, Lululemon détient plusieurs dessins industriels pour ses diverses collections de vêtements. En voici un exemple[1] :

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



Pour être enregistrable, le dessin doit être nouveau. Ainsi, si on reprend un dessin qui existait déjà et qui est public, même si on réussit à l'enregistrer auprès de l'OPIC, ce dessin sera à risque d'être invalidé puisqu'il n'est pas nouveau. Une fois le dessin enregistré, l'enregistrement confère un droit exclusif de fabriquer, de vendre, d'importer à des fins commerciales, d'offrir ou d'exposer en vue de la vente ou de la location le dessin enregistré, lequel dure au moins 10 ans à compter de l'enregistrement ou, si cette date est plus tardive, jusqu'à 15 ans après le dépôt de la demande. Plus votre dessin est distinct de ce qui existait auparavant, plus l'étendue de sa protection sera grande.

Ainsi, le créateur doit concevoir des vêtements distinctifs et novateurs, mais aussi identifier, avant la mise en marché, les éléments visuels qui méritent d'être protégés. Dans l'industrie de la mode, ce type de protection peut s'avérer particulièrement utile, puisque la valeur d'un vêtement repose souvent sur son apparence.

Pour les articles de mode appelés à demeurer sur le marché pendant une longue période, l'enregistrement d'un dessin industriel est la façon la plus efficace d'empêcher qu'ils soient copiés par des tiers. Cette protection varie entre les différents pays. Ainsi, aux États-Unis, on réfère à un « Design Patent » et, en Europe, à un dessin et modèle. Comme dans le cas du brevet, il faut choisir les pays attentivement et procéder à l'enregistrement. Dans certains États comme la France, il existe des protections même en l'absence d'enregistrement.

La protection du dessin industriel ne vise pas les caractéristiques purement fonctionnelles d'un vêtement. Autrement dit, si un élément a été conçu avant tout pour répondre à une utilité technique, cette caractéristique utilitaire ne pourra pas faire l'objet d'une protection en vertu du dessin industriel. Il devrait être protégeable par brevet.

Selon le cas, un même vêtement ou un même accessoire pourra aussi bénéficier d'une protection complémentaire par le régime du droit d'auteur ou des marques de commerce.

3. Les marques de commerce : protéger les signes distinctifs d'une marque de mode

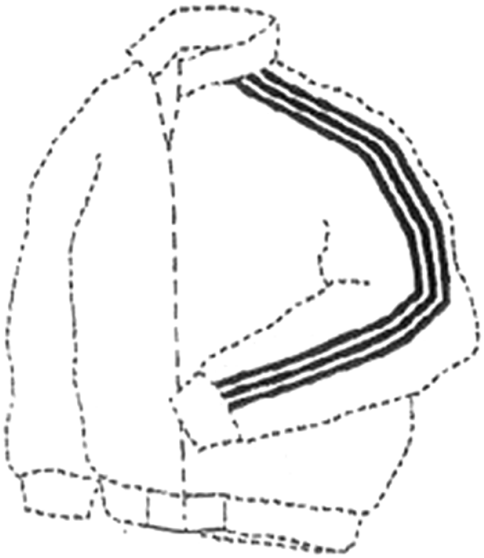
Le régime des marques de commerce permet de protéger le titulaire d'une marque contre l'emploi, par un concurrent, d'une marque susceptible de créer de la confusion quant à l'origine des produits ou des services.

En pratique, une marque de commerce est souvent ce qui permet aux consommateurs de distinguer un produit d'un autre sur le marché. C'est souvent la marque de commerce apposée sur un vêtement qui permet une vente à 150 $ pour un t-shirt blanc plutôt qu'à 30 $.

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

Une marque de commerce peut notamment consister en un logo, en des mots communs ou inventés ou encore en une couleur distinctive apposée sur un vêtement, pourvu que ce signe soit **distinctif** et qu'il permette au consommateur **d'identifier la provenance commerciale du produit.**

Les marques de commerce peuvent également prendre la forme de marques de positionnement. Il s'agit de marques où l'emplacement du signe sur le produit fait partie de ce qui est protégé. À titre d'exemple, Adidas possède au Canada une marque visant trois bandes parallèles placées le long de la manche d'une veste. Dans cet enregistrement, le vêtement lui-même n'est pas protégé. Il est représenté uniquement pour montrer où les bandes sont positionnées. Autrement dit, ce qui est protégé, ce n'est pas simplement la présence de bandes, mais leur emplacement précis sur le vêtement[2] :



Pour les entreprises de l'industrie de la mode, les marques de commerce comptent souvent parmi les actifs les plus précieux. En effet, elles représentent l'image de l'entreprise aux yeux des consommateurs, soutiennent son achalandage et contribuent à préserver la valeur de ses produits sur le marché. Il est donc important pour ces entreprises de connaître l'étendue de leurs droits afin de prévenir la confusion, de lutter contre la contrefaçon et de limiter les atteintes à la valeur de leur(s) marque(s).

Au Canada, une marque de commerce peut bénéficier d'une certaine protection du seul fait de son emploi, même en l'absence d'enregistrement. Cette protection demeure toutefois plus limitée et, en pratique, dépend notamment de la preuve d'achalandage et d'un risque de confusion dans le marché concerné. L'enregistrement présente donc des avantages importants, puisqu'il confère à son propriétaire, sous réserve de sa validité, le droit exclusif d'employer la marque à l'échelle du Canada à l'égard des produits et des services visés, ainsi que des recours plus efficaces contre les tiers qui feraient usage d'un signe susceptible de créer de la confusion pour les consommateurs.

4. Le droit d'auteur : protéger les motifs, imprimés, logos et éléments décoratifs originaux

Dans l'industrie du vêtement, certaines créations peuvent bénéficier de la protection du droit d'auteur, notamment les logos, les motifs, les imprimés ou d'autres éléments décoratifs originaux.

En règle générale, au Canada, une œuvre originale est protégée dès sa création, sans qu'il soit

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

nécessaire de l'enregistrer. La protection dure habituellement toute la vie de l'auteur et 70 ans après son décès. Même en l'absence d'enregistrement, l'auteur aura des droits. Si la création est faite par un employé dans l'exercice de son emploi, le titulaire de l'œuvre sera l'employeur.

Cependant, le droit d'auteur comporte certaines limites moins connues. Lorsque l'œuvre est un objet utilitaire, comme un chandail, une ceinture, une casquette ou une chaussure, la loi sur le droit d'auteur peut ne pas s'appliquer.

Ainsi, si l'œuvre est le dessin d'un chandail et que le chandail a été reproduit à plus de 50 exemplaires, le titulaire du droit d'auteur sur le dessin peut empêcher la reproduction de son dessin, mais il ne peut pas empêcher quelqu'un d'autre de fabriquer le même chandail en vertu de la loi. Il aurait fallu protéger ce dessin par dessin industriel ou, comme certaines compagnies de montres de luxe, limiter la reproduction à 50 exemplaires au plus.Inutile de spécifier que ces montres sont hors de prix!

Cette exception ne s'applique pas à un logo, à une marque de commerce ou encore à des œuvres qui sont simplement apposées sur un objet utilitaire. Par exemple, le titulaire des droits d'auteur sur les œuvres du peintre Riopelle peut toujours empêcher des fabricants de tasses ou de t-shirts de les vendre, même s'il a concédé des droits au Guggenheim ou au Musée des beaux-arts de Montréal.

Conclusion

La créativité ne suffit pas dans l'industrie de la mode, encore faut-il savoir en protéger les fruits. Ainsi, faire travailler ses équipes en gardant en tête les caractéristiques protégeables afin de bien se positionner sur le marché soutiendra la croissance de l'entreprise. Cette stratégie protégera aussi les clients contre les mauvaises surprises que peut entraîner l'achat d'un produit présenté faussement comme l'original.

Quoi retenir

1. **Une collection de mode peut relever de plusieurs régimes de propriété intellectuelle à la fois** : brevet, dessin industriel, marque de commerce et droit d'auteur.
2. **Le bon moment est crucial** : il faut identifier les éléments protégeables **avant** le lancement ou la diffusion d'une nouvelle collection.
3. **La protection doit être pensée par territoire** : au Canada, mais aussi dans les pays où les produits seront vendus, fabriqués ou copiés.

---

1. Office de la propriété intellectuelle du Canada, Base de données sur les dessins industriels canadiens, LULULEMON ATHLETICA CANADA INC., dessins industriel no 231957.
2. Office de la propriété intellectuelle du Canada , base de données sur les marques de commerce canadiennes : numéro d'enregistrement de marque canadien : TMA757178, 3-STRIPES JACKET & DESIGN — 1382211

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