

**INTELLECTUAL PROPERTY POLICY  
Canadian Forces Morale and Welfare  
Services**

**DATE OF ISSUE: 28 November 2013  
REVISION DATE: N/A**

**GENERAL**

1. Intellectual Property consists of rights resulting from intellectual activity. The activity need not be innovative, ground-breaking or revolutionary as long as it is intellectual. Examples of Intellectual Property associated with Non-Public Property (NPP) include:

- a. website content;
- b. logos, crests and related symbols;
- c. photographs, audio and video recordings;
- d. text from all policies and procedures; and
- e. software that was developed to facilitate internal operations.

2. Intellectual Property is an intangible asset, but like a physical asset it has value. The value of any specific Intellectual Property may differ from that of others, similar to the way that prices of various commercial products differ. Intellectual Property that is managed ineffectively can diminish in value, and as a result provide no benefit or can burden its owner.

**POLITIQUE SUR LA PROPRIÉTÉ  
INTELLECTUELLE  
Services de bien-être et moral des Forces  
canadiennes**

**DATE D'ÉMISSION : le 28 novembre 2013  
DATE DE RÉVISION : S/O**

**GÉNÉRALITÉS**

1. La propriété intellectuelle signifie tout droit découlant d'une activité intellectuelle. Cette activité n'a pas nécessairement besoin d'être novatrice, originale ou révolutionnaire, pourvu qu'elle soit intellectuelle. Par exemple, pour les Biens non publics (BNP), il peut s'agir :

- a. du contenu de sites Web;
- b. de logos, emblèmes et autres symboles connexes;
- c. de photos, d'enregistrements audio et vidéo;
- d. du texte de toutes les politiques et procédures;
- e. de logiciels créés pour faciliter les opérations internes.

2. La propriété intellectuelle constitue un bien incorporel, et comme tout autre bien, elle possède une valeur. La valeur d'une propriété intellectuelle en particulier peut être différente d'une autre propriété intellectuelle, tout comme le coût de diverses marques d'un produit semblable peut varier d'un fabricant à l'autre. La gestion inefficace de la propriété intellectuelle peut en diminuer la valeur et ainsi n'offrir aucun avantage ou être un fardeau pour son propriétaire.

3. Intellectual Property plays a significant role in defining the identity and qualities of an organization. They help in establishing substance behind the “brand” of an organization. The misuse of Intellectual Property can harm the reputation of the organization, resulting in important losses in revenues or loss of credibility within the community of customers and beneficiaries.

### **POLICY PURPOSE**

4. Every CFMWS staff member plays a role in the creation, use and protection of the organization’s Intellectual Property. The aim of this policy is to ensure that all are aware of the value attributable to Intellectual Property, and how to manage this important asset.

### **APPLICATION**

5. Policies and procedures for the management of Intellectual Property apply to all of the Intellectual Property commonly associated with NPP. This includes Intellectual Property attributable to CFMWS as a whole, as well as CANEX, PSP, SISIP Financial Services, Military Family Services, and any of their various subdivisions and programs. Policies and procedures are directed towards CFMWS staff members as an extension of the Canadian Armed Forces and Department of National Defence administrative orders and directives. Policies and procedures are also directed towards members of the Canadian Armed Forces and Department of National Defence civilians who have been tasked to work with NPP, either directly or through an Alternate Service Delivery agreement with NPP.

3. La propriété intellectuelle joue un rôle important dans la définition de l’identité et des qualités d’une organisation. Elle contribue à créer la substance sur laquelle se fonde la « marque » d’une organisation. Une mauvaise utilisation de la propriété intellectuelle peut nuire à la réputation d’une organisation et entraîner des pertes importantes de revenus ou une perte de crédibilité au sein de la communauté des clients et des bénéficiaires.

### **OBJECTIF DE LA POLITIQUE**

4. Chaque membre du personnel des SBMFC joue un rôle dans la création, l’utilisation et la protection de la propriété intellectuelle de l’organisation. L’objectif de la présente politique est de s’assurer que tous sont au courant de la valeur attribuable à la propriété intellectuelle et de la façon de gérer cet atout important.

### **APPLICATION**

5. Les politiques et les procédures relatives à la gestion de la propriété intellectuelle s’appliquent à l’ensemble de la propriété intellectuelle généralement associée aux BNP, dont celle qui appartient aux SBMFC, ainsi qu’à CANEX, aux PSP, aux Services financiers du RARM, aux Services aux familles des militaires et à n’importe lequel de leurs divers programmes et subdivisions. Les politiques et les procédures s’adressent aux membres du personnel des SBMFC en tant que prolongement des Directives et ordonnances administratives du ministère de la Défense nationale et des Forces armées canadiennes. Elles sont également dirigées aux membres des Forces armées canadiennes et au personnel civil du ministère de la Défense nationale chargés de travailler avec les BNP directement ou par l’entremise d’une entente de diversification des modes de prestation des services avec les BNP.

6. When required, Strategic Communications also provides assistance and guidance concerning the protection of Public Intellectual Property; however, governing policies and final authority over Public Intellectual Property remains solely with the Department of National Defence.

## **OWNERSHIP AND DELEGATED AUTHORITY**

7. Everything created and managed by CFMWS, including all Intellectual Property, is legally the property of Her Majesty the Queen in Right of Canada.

8. This is the same “legal person” as is responsible for the assets of the Department of National Defence and the Canadian Armed Forces, and therefore the formal registration and protection of Intellectual Property for both Public and Non-Public administrative constructs resides with the Intellectual Property Manager of the Directorate of Materiel Policy and Procedures, Assistant Deputy Minister (Materiel). The role of the Intellectual Property Manager includes ensuring internal compliance with Intellectual Property laws, performing the formal legal registration of Intellectual Property and, when needed, enforcing legal rights related to the protection of Intellectual Property.

9. While safeguarding Intellectual Property is the duty of all, at CFMWS the internal administrative responsibilities governing the use of all NPP Intellectual Property is assigned to the National Manager, Strategic Communications.

6. Au besoin, le Service des communications stratégiques fournit également de l'aide et des conseils concernant la protection de la propriété intellectuelle publique. Toutefois, les politiques de gouvernance et le pouvoir final de décision liés à la propriété intellectuelle publique demeurent la responsabilité exclusive du ministère de la Défense nationale.

## **PROPRIÉTÉ DES DROITS D'AUTEUR ET POUVOIRS DÉLÉGUÉS**

7. La propriétaire de tout ce qui est créé et géré par les SBMFC, y compris la propriété intellectuelle, est légalement Sa Majesté la Reine du chef du Canada.

8. Il s'agit de la même « personne morale » responsable des biens du ministère de la Défense nationale et des Forces armées canadiennes. Ainsi, la responsabilité de l'enregistrement officiel et de la protection de la propriété intellectuelle des entités administratives publiques et non publiques est confiée au gestionnaire de la propriété intellectuelle du Directeur – Politiques et procédures, Sous-ministre adjoint (Matériel). Le rôle du gestionnaire de la propriété intellectuelle consiste à veiller au respect à l'interne des lois sur la propriété intellectuelle, à procéder à l'enregistrement légal officiel de la propriété intellectuelle et, s'il y a lieu, à faire appliquer les droits légaux en ce qui a trait à la protection de la propriété intellectuelle.

9. Bien qu'il incombe à tous de protéger la propriété intellectuelle, au sein des SBMFC la responsabilité administrative à l'interne régissant l'utilisation de la propriété intellectuelle des BNP appartient au gestionnaire national des communications stratégiques.

## PROTECTION

10. Intellectual property can be legally protected by various means. The principle means of legal protection are:

- a. patents for scientific and non-scientific inventions;
- b. copyrights for literary (including computer programs), artistic, musical and dramatic works;
- c. industrial designs for shapes, ornaments and patterns as applied to a finished article; and
- d. trade-marks for words, phrases, symbols and designs.

11. In the NPP context, copyrights and trade-marks are the primary means of protection of Intellectual Property. A copyright generally gives the owner the exclusive right to reproduce and modify the copyrighted work. Obtaining copyright protection for written, photographic or artistic works does not require a formal registration process; the right results automatically through the simple act of creation. Copyrighted Intellectual Property may be marked with a special symbol (©) or a text phrase to remind others that the owner seeks to enforce its rights.

## PROTECTION

10. La propriété intellectuelle peut être protégée légalement par divers moyens. En voici les principaux :

- a. les brevets pour les inventions scientifiques et non scientifiques;
- b. les droits d'auteur pour les œuvres littéraires (notamment les programmes d'ordinateur), artistiques, musicales et dramatiques;
- c. les dessins industriels tels les caractéristiques visuelles touchant la configuration (forme), le motif ou les éléments décoratifs d'un objet fini;
- d. les marques de commerce pour les mots, les phrases, les symboles et les dessins.

11. Dans le contexte des BNP, les droits d'auteur et les marques de commerce sont les principaux mécanismes de protection de la propriété intellectuelle. En général, le droit d'auteur donne au propriétaire le droit exclusif de reproduire et de modifier toute œuvre protégée. L'obtention de la protection du droit d'auteur pour une œuvre écrite ou artistique ou des photographies ne nécessite pas un processus officiel d'enregistrement; le droit résulte automatiquement de la création. La propriété intellectuelle protégée peut être accompagnée du symbole spécial (©) ou d'une mention rappelant au public les droits du propriétaire.

12. The protection of symbols, logos, designs, tag-lines, expressions and slogans typically involves the official registration of a trade-mark. Trade-mark registration distinguishes one organization's goods or services from those of others. Trade-marked words and symbols may be designated with a special superscripted symbol if desired (<sup>TM</sup> or ®). Note that the use of a symbol is optional, and marks without symbols may still be subject to protection.

13. Policies and legislation governing the use Intellectual Property often include wording to stipulate that not only is the precisely specified Intellectual Property protected, but also anything nearly resembling as to be likely to be mistaken for the property. This wording gives the owner protection from abuse that is direct or implied through some derivative form.

14. The library of trade-marks associated with NPP is quite vast (see Annex A). The collection of protected symbols and expressions includes:

- a. various generations of the CFMWS corporate, CANEX, PSP, SISIP FS and program logos;
- b. a series of Yellow Ribbon images; and
- c. key expressions such as "Support Our Troops" and "Serving Those Who Serve".

12. La protection des symboles, des logos, des dessins, des titres d'appel, des expressions et des slogans suppose habituellement l'enregistrement officiel de la marque de commerce. La marque de commerce sert à distinguer les produits ou services d'une organisation de ceux que d'autres offrent sur le marché. Les mots ou les symboles enregistrés peuvent être désignés à l'aide d'un symbole spécial en exposant si désiré (<sup>MC</sup> ou <sup>MD</sup>). Il convient de noter que l'utilisation d'un symbole est facultative, et que des marques non accompagnées d'un symbole peuvent aussi être protégées.

13. Les politiques et la loi régissant l'utilisation de la propriété intellectuelle renferment souvent un libellé stipulant que non seulement la propriété intellectuelle précisée est protégée, mais toute autre propriété dont la ressemblance est telle qu'on pourrait vraisemblablement la confondre. Un tel libellé protège le propriétaire contre tout usage abusif direct ou implicite sous une forme dérivée.

14. Le Répertoire des marques de commerce associées aux BNP est plutôt vaste (voir Annexe A). Les expressions et les symboles protégés sont les suivants :

- a. diverses générations des logos des SBMFC, de CANEX, des PSP, des SF RARM et des programmes;
- b. les images du ruban jaune;
- c. les expressions clés telles que « Appuyons nos troupes ». (L'expression « À votre service » n'est pas enregistrée en français.)

15. Over time, various marks have been added and deleted from the official Industry Canada Trade-marks Database to meet evolving business needs.

16. There is a direct financial cost associated with creating and maintaining trade-mark registrations through [Industry Canada](#).

## GOVERNANCE

17. Should a CFMWS staff member wish to establish protection for Intellectual Property such as a trade-mark, the first step is to obtain budgetary permission from the department's Division Head or Manager. Strategic Communications will then facilitate the registration process through the Intellectual Property Manager.

18. The spirit of the following federal legislation and government policies must be taken into consideration when dealing with the registration, administration, use, licensing and protection of NPP Intellectual Property. See Annex B for applicable excerpts from each of these resources.

- a. [Trade-marks Act, Section 9\(1\)\(n\)\(i\) and 9\(2\)](#);
- b. [Copyright Act, Section 3](#);
- c. [Communications Policy of the Government of Canada, Section 23](#);
- d. [National Defence Act, Section 291](#);
- e. [Defence Administrative Orders and Directives, \(DAOD\) 3008-0](#).

15. Au fil du temps, diverses marques ont été ajoutées et supprimées de la Base de données sur les marques de commerce canadiennes d'Industrie Canada pour répondre aux besoins changeants des entreprises.

16. Il y a un coût direct associé à la création et au maintien des enregistrements des marques de commerce auprès d'[Industrie Canada](#).

## GOVERNANCE

17. Si un membre du personnel des SBMFC désire protéger une propriété intellectuelle comme une marque de commerce, la première étape consiste à obtenir la permission, aux fins budgétaires, du gestionnaire ou chef de division. Le Service des communications stratégiques facilitera ensuite le processus d'enregistrement par l'entremise du gestionnaire de la propriété intellectuelle.

18. Il faut tenir compte des lois fédérales et des politiques gouvernementales ci-dessous en ce qui a trait à l'enregistrement, à l'administration, à l'utilisation, à l'octroi de licence et à la protection de la propriété intellectuelle des BNP. Des extraits pertinents de chacune de ces ressources se trouvent à l'Annexe B.

- a. [Loi sur les marques de commerce, alinéa 9\(1\)n\(i\) et paragraphe 9\(2\)](#);
- b. [Loi sur le droit d'auteur, article 3](#);
- c. [Politique de communication du gouvernement du Canada, article 23](#);
- d. [Loi sur la défense nationale, article 291](#);
- e. [Directive et ordonnance administrative de la Défense \(DOAD\) 3008-0](#).

## ROLES AND RESPONSIBILITIES

19. The following roles and responsibilities are assigned:

- a. **DGMWS:** As the Managing Director of NPP, directs the administration of Intellectual Property. Delegates the functional authority for Intellectual Property management and administration to the National Manager, Strategic Communications.
- b. **Division Heads and Managers:** Approve the budgetary requirements for new Intellectual Property licensing, such as trade-mark registrations and renewals.
- c. **Director Strategic Outreach and Initiatives:** Authorize, produce and/or market for sale merchandise or apparel using the Yellow Ribbon trade-mark.
- d. **National Manager, Strategic Communications:** As the functional authority for Intellectual Property management, defines the policies and procedures for the administration, use and protection of NPP Intellectual Property. The official promoter and protector of the NPP brand.

## RÔLES ET RESPONSABILITÉS

19. Les titulaires des postes ci-dessous ont les responsabilités et les rôles suivants :

- a. **DGSBM :** À titre de directeur général des BNP, le DGSBM est chargé de l'administration de la propriété intellectuelle. Il délègue l'autorité fonctionnelle pour la gestion et l'administration de la propriété intellectuelle au gestionnaire national des communications stratégiques.
- b. **Gestionnaires et chefs de division :** Ils approuvent les exigences budgétaires relatives aux nouveaux accords de licence pour la propriété intellectuelle tels que les enregistrements des marques de commerce et les renouvellements.
- c. **Directeur des initiatives stratégiques et des relations avec le secteur privé :** Le titulaire de ce poste est chargé de l'autorisation, de la production et de la vente de la marchandise et des vêtements arborant la marque de commerce du ruban jaune.
- d. **Gestionnaire national des communications stratégiques :** En qualité d'autorité fonctionnelle en ce qui concerne la gestion de la propriété intellectuelle, il définit les politiques et les procédures encadrant l'administration, l'utilisation et la protection de la propriété intellectuelle des BNP. Il agit à titre de promoteur et de défenseur officiel de la marque des BNP.

e. **CANEX:** Authorize, produce and/or market for-sale merchandise or apparel using NPP and selected Public trade-marks.

f. **CFMWS Staff Members:** Intellectual Property creators and users. Assist in the successful growth and defence of the NPP brand by consulting on the correct use of NPP Intellectual Property, and reporting misuse.

## PROCEDURES FOR THE USE OF NPP INTELLECTUAL PROPERTY

### 20. Copyrighted Content

a. **Internal:** Copyrighted information is available for reuse by all departments, divisions and operating entities of CFMWS for their own direct purposes, both Public and Non-Public.

b. **Non-commercial 3<sup>rd</sup> party reproduction:** Information is available for personal and public non-commercial use by third parties without charge or explicit permission. Text or images may be reproduced in whole or in part, provided that CFMWS be acknowledged and identified as the source originator and copyright owner of the materials. Third parties must also specify that they have no affiliation with, or received endorsement from, CFMWS.

e. **CANEX :** Le personnel de CANEX est chargé de l'autorisation, de la production et de la vente de la marchandise et des vêtements arborant les marques de commerce des BNP et certaines marques de l'État.

f. **Membres du personnel des SBMFC :** Créateurs et utilisateurs de la propriété intellectuelle, ils contribuent à l'essor et à la protection de la marque des BNP en veillant à l'utilisation adéquate de la propriété intellectuelle des BNP et en signalant tout usage abusif.

## PROCÉDURES RELATIVES À L'UTILISATION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DES BNP

### 20. Contenu protégé par le droit d'auteur

a. **À l'interne :** Tous les services, les divisions et les entités opérationnelles des SBMFC peuvent utiliser l'information protégée par le droit d'auteur pour leurs propres fins, publiques et non publiques.

b. **Reproduction à des fins non commerciales par des tiers :** L'information est accessible à des fins personnelles ou publiques mais non commerciales par des tiers, sans frais ni autre permission. Les images et les textes peuvent être reproduits en totalité ou en partie pourvu que l'on mentionne les SBMFC comme la source et le propriétaire du droit d'auteur du matériel. Les tiers doivent également préciser qu'ils ne sont pas affiliés aux SBMFC ni que les SBMFC sanctionnent le matériel.



**c. Commercial 3rd party reproduction:** Reproduction by a 3rd party of copyrighted information for the purposes of commercial redistribution is prohibited except with written permission from the National Manager, Strategic Communications. Permission will only be granted when the reproduction relates to a goodwill initiative of the 3rd party that aims to promote the actions or activities associated with NPP. In such circumstances, the copyrighted content will typically be descriptive in nature and outline what is NPP, its purposes and structure (i.e.: who we are, what we do, where the proceeds from our activities are directed.)

21. Trade-marked Material

**a. Internal:** The Corporate Logo is available for use by all departments, divisions and operating entities of CFMWS, and must be used for correspondence to be signed by or on behalf of DGMWS. Unique Division protected marks are available for use by the departments/directorates/entities within the associated Division. The Yellow Ribbon is available only to CANEX for merchandising and to the Support Our Troops program as administered by Director Strategic Outreach and Initiatives.

**c. Reproduction à des fins commerciales par des tiers :** La reproduction par des tiers de l'information protégée par le droit d'auteur, pour diffusion commerciale, est interdite sauf avec la permission écrite du gestionnaire national des communications stratégiques. L'autorisation sera accordée uniquement lorsqu'il s'agit d'une initiative de bonne volonté de la part du tiers qui vise la promotion des activités liées aux BNP. Dans pareilles circonstances, le contenu protégé par le droit d'auteur sera en général de nature descriptive et précisera ce que sont les BNP, les buts visés et la structure (c'est-à-dire qui nous sommes, la nature de nos activités, la destination des fonds découlant de nos activités).

21. Matériel protégé par une marque de commerce

**a. À l'interne :** Tous les services, les divisions et les entités opérationnelles des SBMFC peuvent utiliser le logo de l'organisation, et celui-ci doit figurer sur la correspondance devant être signée par le DGSBM ou en son nom. Les marques protégées propres à une division peuvent être utilisées par les services, les divisions et les entités opérationnelles au sein de la division associée. Le ruban jaune doit être utilisé exclusivement par CANEX pour le merchandising et par les responsables du programme Appuyons nos troupes, tel qu'il est administré par le directeur des initiatives stratégiques et des relations avec le secteur privé.

**b. Non-commercial 3rd party usage:**

The protected marks are not to be made available to any 3rd party without the written authorization of the National Manager, Strategic Communications or, in the case of the Yellow Ribbon, without the written authorization of the Director Strategic Outreach and Initiatives All licensees must be added to the yellow ribbon tracking page (<https://www.cfmws.com/en/EmployeeZone/corporate/Pages/Yellow-Ribbon.aspx>) for organizational awareness and collaboration.

Protected marks will not be authorized for use by any 3rd party for the purposes of enhancing or advertising their own goods and services. The use of protected marks by 3rd parties will only be authorized through the establishment of a mutually agreeable licensing agreement that defines the terms of usage. On a case by case basis, usage of protected marks may be granted over a specified, limited period of time for the purposes of:

- i. Promoting a fundraising activity or event;
- ii. Promoting a sponsorship agreement with CFMWS or Staff of the Non-Public Funds, Canadian Forces;
- iii. Producing apparel worn by event organizers or participants, provided the apparel is not made available for sale or other commercial purpose; or

**b. Utilisation à des fins non commerciales par des tiers :**

Les marques protégées ne doivent pas être mises à la disposition de tiers sans l'autorisation écrite du gestionnaire national des communications stratégiques, ou, dans le cas du ruban jaune, sans l'autorisation écrite du directeur des initiatives stratégiques et des relations avec le secteur privé. Le nom de tous les titulaires de licence doit être ajouté à la liste des organisations autorisées à utiliser le ruban jaune (<https://www.cfmws.com/fr/employeezone/corporate/pages/yellow-ribbon.aspx>) aux fins de sensibilisation et de collaboration organisationnelles.

L'utilisation par des tiers des marques protégées aux fins de promotion de leurs propres biens et services n'est pas autorisée. Seul un accord de licence mutuellement acceptable définissant les modalités d'utilisation permettra l'utilisation par des tiers des marques protégées. La permission d'utiliser des marques protégées peut toutefois être accordée au cas par cas durant une période précise et limitée aux fins suivantes :

- i. promotion d'une activité de collecte de fonds;
- ii. promotion d'une entente de commandite avec les SBMFC ou le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes;
- iii. production de vêtements portés par les organisateurs d'une activité ou par les participants, à condition que les vêtements ne soient pas mis en vente ni servent à des fins commerciales;

iv. Producing limited quantities of fundraising products or merchandise. In accordance with NDHQ Action Directive D8/89, which grants CANEX the right of first refusal, written authorization by an authorized delegate of CANEX or, in the case of the Yellow Ribbon, Director Strategic Outreach and Initiatives is required.

**c. Commercial usage:** The commercial use of protected trademarks by 3rd parties is to be actively discouraged to protect the reputations and the moral and ethical integrities of Her Majesty the Queen in Right of Canada; the Government of Canada; the Department of National Defence; the Canadian Armed Forces; NPP; and CFMWS. The protected marks are not to be made available to any 3rd party without the written authorization of National Manager, Strategic Communications.

The Yellow Ribbon should only be used on commercial, for-sale merchandise or apparel as authorized, produced or marketed by CANEX or the Director Strategic Outreach and Initiatives.

Permitting the use of protected marks by commercial 3rd parties shall only be considered when:

i. There exists an obvious alignment of the long term, strategic objectives of CFMWS and the 3rd party, and when that 3rd party possesses a commonly accepted, favourable reputation in the marketplace;

iv. production de quantités limitées de produits ou de marchandises pour une collecte de fonds. Conformément à la Directive d'exécution du QGDN D8/89 qui confère à CANEX le droit de premier refus, l'autorisation écrite d'une personne autorisée désignée de CANEX ou, dans le cas du ruban jaune, le directeur des initiatives stratégiques et des relations avec le secteur privé est requise.

**c. Utilisation à des fins commerciales :** Il faut proscrire toute utilisation par des tiers des marques de commerce protégées, à des fins commerciales, afin de sauvegarder la réputation et l'intégrité morale et éthique de Sa Majesté la Reine du chef du Canada, le gouvernement du Canada, le ministère de la Défense nationale, les Forces armées canadiennes, les BNP et les SBMFC. Les marques protégées ne doivent pas être mises à la disposition de tiers sans l'autorisation écrite du gestionnaire national des communications stratégiques.

Le ruban jaune doit être apposé exclusivement sur la marchandise ou les vêtements à vendre, tel qu'autorisé, produit ou offert par CANEX ou le directeur des initiatives stratégiques et des relations avec le secteur privé.

L'utilisation de marques protégées par des tiers, à des fins commerciales, peut être envisagée seulement dans les circonstances suivantes :

i. les objectifs stratégiques à long terme des SBMFC cadrent de façon évidente avec ceux du tiers, et ce dernier jouit d'une bonne réputation reconnue sur le marché;

- ii. A mutually agreeable licensing and royalty agreement has been established that defines the terms of usage, and the terms associated with consideration provided in exchange for the use. This licensing and royalty agreement must use the template developed and in current use by the Intellectual Property Manager of the Directorate of Materiel Policy and Procedures of the Assistant Deputy Minister (Materiel). The licensing and royalty agreement must be validated and approved in writing by the Department of Justice Legal Advisor assigned to NPP;
  - iii. Licensing and royalty agreements may only be completed and executed through the written approval of the DGMWS, the Associate DGMWS, the Chief of the Defence Staff, or the authorized delegate of one of these three; and
  - iv. The 3rd party does not commercially manufacture or sell alcohol, tobacco, pornographic and/or derogatory products or services, or any other similar product or service generally considered to be such by a typical Canadian. It is strictly prohibited to authorize the use of the protected marks for these purposes.
- ii. un accord de licence et redevances mutuellement acceptable définissant les modalités d'utilisation a été établi, ainsi que les modalités associées aux avantages en contrepartie de l'utilisation. Le modèle élaboré et en usage par le gestionnaire de la propriété intellectuelle du Directeur – Politiques et procédures, Sous-ministre adjoint (Matériel) doit être utilisé pour cet accord de licence et redevances. L'accord de licence et redevances doit être validé et approuvé par écrit par le conseiller juridique du ministère de la Justice affecté aux BNP;
  - iii. l'accord de licence et redevances peut seulement être rempli et exécuté avec l'approbation écrite du DGSBM, du DGSBM associé, du chef d'état-major de la défense ou de l'autorité déléguée de l'une de ces personnes;
  - iv. le tiers ne fabrique ni ne vend sur le marché de l'alcool, des produits du tabac, du matériel pornographique ou des produits ou services de nature à discréditer, ou tout autre produit ou service semblable généralement considéré comme tel par un Canadien typique. Il est interdit d'autoriser l'utilisation des marques protégées à ces fins.

## **OFFICIAL LANGUAGES ACT**

22. When registering words, phrases, expressions or text-based logos as a trademark, the registration must reflect the needs of the Official Languages Act.

23. It is usually necessary to register two separate English and French marks. Note that the registration fees are therefore typically doubled.

## **CONCLUSION**

24. Intellectual Property comes in many forms. While all Intellectual Property may not be perceived to have a direct financial value, Intellectual Property has the ability to enhance or harm the reputation of its owner, which can have a significant financial impact. As such, it is the responsibility of all CFMWS staff members to ensure that NPP Intellectual Property is used to good effect, and protected from abuse.

25. Ultimately final authority over the administration, use and protection of the Intellectual Property commonly associated with NPP has been delegated to the National Manager, Strategic Communications, who serves as the official promoter and defender of the NPP brand. When in doubt regarding issues pertaining to Intellectual Property, Strategic Communications staff members and the National Manager must be consulted

26. As organizational needs evolve, this document may be revisited and amended, as directed by DGMWS.

## **LOI SUR LES LANGUES OFFICIELLES**

22. L'enregistrement des mots, des phrases, des expressions et des logos qui renferment du texte comme marques de commerce doit répondre aux exigences relatives à la *Loi sur les langues officielles*.

23. En général, les marques doivent être enregistrées en français et en anglais, de façon distincte. Il convient de noter que le coût de l'enregistrement est ordinairement le double.

## **CONCLUSION**

24. La propriété intellectuelle prend de nombreuses formes. Bien que certains types de propriété intellectuelle ne soient pas perçus comme ayant une valeur financière directe, ils peuvent améliorer la réputation de son propriétaire ou lui nuire, ce qui peut entraîner des répercussions financières importantes. Ainsi, il incombe à tous les membres du personnel des SBMFC de veiller à l'utilisation adéquate de la propriété intellectuelle des BNP et de la protéger contre tout usage abusif.

25. En définitive, l'autorité finale quant à l'administration, à l'utilisation et à la protection de la propriété intellectuelle généralement associée aux BNP est déléguée au gestionnaire national des communications stratégiques, qui agit à titre de promoteur et de défenseur officiel de la marque des BNP. En cas de doute concernant des questions liées à la propriété intellectuelle, il faut s'adresser aux membres du personnel et au gestionnaire national du Service des communications stratégiques.

26. À mesure qu'évoluent les besoins organisationnels, le présent document pourrait faire l'objet de révisions, selon les directives du DGSBM.

27. ANNEXES

- a. Directory of Current NPP Registered Trade-marks
- b. Excerpts from Applicable Federal Legislation and Government Policies
- c. Useful Links

27. ANNEXES

- a. Répertoire des marques de commerce des BNP actuellement enregistrées
- b. Extraits des lois fédérales et des politiques gouvernementales applicables
- c. Liens utiles

**ANNEX A: Directory of Current NPP  
Registered Trade-marks**

**ANNEXE A : Répertoire des marques de  
commerce des BNP actuellement  
enregistrées**

**GENERAL**

**GÉNÉRALITÉS**

- a. 0902366 - NPF FNP & Design –  
Advertised Nov 19, 1986

- a. 0902366 – NPF / FNP et dessin,  
annoncé le 19 novembre 1986



Non-Public Funds  
Fonds non-public

- b. 0920117 - Yellow Ribbon with  
Maple Leaves – Filed Nov 19, 2009

- b. 0920117 – ruban jaune avec feuilles  
d'érable, produit le 19 novembre 2009



- c. 0918021 – Appuyons Nos Troupes  
– Advertised Jan 10, 2007

- c. 0918021 – Appuyons nos troupes,  
annoncé le 10 janvier 2007



d. 0918155 – Yellow Ribbon & Design (colour) – Advertised Mar 21, 2007

d. 0918155 – ruban jaune et dessin (en couleur), annoncé le 21 mars 2007



e. 0918011 – Support Our Troops & Design - Advertised Mar 10, 2007

e. 0918011 – Support Our Troops et dessin, annoncé le 10 mars 2007



f. 092010 – Support Our Troops – filed Sep 14, 2009

f. 092010 – Support Our Troops, produit le 14 septembre 2009

g. 092011 – Serving Those Who Serve – filed Sep 14, 2009

g. 092011 – Serving Those Who Serve, produit le 14 septembre 2009

h. Unknown – Supporting Those Who Serve – filed Oct 2, 2009

h. Inconnu – Supporting Those Who Serve, produit le 2 octobre 2009



## CANEX

a. 0904498 – CANEX & Design –  
Advertised Dec 5, 1990

a. 0904498 – CANEX et dessin,  
annoncé le 5 décembre 1990



b. 0917201 – CANEX (RED) –  
Advertised Mar 15, 2006

b. 0917201 – CANEX (ROUGE),  
annoncé le 15 mars 2006



c. 0904738 – CANEX – Advertised  
January 1, 1992

c. 0904738 – CANEX, annoncé le  
1<sup>er</sup> janvier 1992

d. 0904834 – Excellence & Design –  
Advertised Aug 28, 1991

d. 0904834 – Excellence et dessin,  
annoncé le 28 août 1991



e. 0917638 – Express Mart & Design –  
Advertised Sep 13, 2006

e. 0917638 – Express Mart et dessin,  
annoncé le 13 septembre 2006



f. 0900144 – EXPRESSMART –  
Advertised Jul 18, 1973

f. 0900144 – EXPRESSMART, annoncé  
le 18 juillet 1973

g. 0917637 – Dépanneur Express &  
Design – Advertised Sep 13, 2006

g. 0917637 – Dépanneur Express et  
dessin, annoncé le 13 septembre  
2006



h. 917750 – Retail Store & Design –  
Advertised Nov 8, 2006

h. 917750 – Retail Store et dessin,  
annoncé le 8 novembre 2006



i. 0917751 – Magasin de détail &  
Design – Advertised Oct 11, 2006

i. 0917751 – Magasin de détail et  
dessin, annoncé le 11 octobre 2006



j. 0917202 – X & Design – Advertised  
Mar 16, 2006

j. 0917202 – X et dessin, annoncé le  
16 mars 2006



k. 0900149 – EX – Advertised Jan 7, 1976

k. 0900149 – EX, annoncé le 7 janvier 1976

l. 0320583 – EX – Registered May 22, 1970

l. 0320583 – EX, enregistré le 22 mai 1970

m. 0320582 – EX & Design – Advertised Jul 7, 1970

m. 0320582 – EX et dessin, annoncé le 7 juillet 1970



n. 0900145 – EX & Design – Advertised Sep 5, 1979

n. 0900145 – EX et dessin, annoncé le 5 septembre 1979



o. 0903168 – EX & Design – Advertised Jun 22, 1988

o. 0903168 – EX et dessin, annoncé le 22 juin 1988



## MILITARY FAMILY SERVICES

## SERVICES AUX FAMILLES DES MILITAIRES

- a. 0905949 – Military Family Support / Soutien aux familles militaires & Design – Advertised Jun 9, 1993  
CANCELLED – April 7, 2010

- a. 0905949 – Military Family Support / Soutien aux familles militaires et dessin, annoncé le 9 juin 1993  
ANNULÉ – le 7 avril 2010



- b. 0920366 – MFSP / PSFM

- b. 0920366 – MFSP / PSFM



- c. 0920138 – MILITARY FAMILY RESOURCE CENTRE – Advertised March 31, 2010

- c. 0920138 – MILITARY FAMILY RESOURCE CENTRE, annoncé le 31 mars 2010

- d. 0920139 – MFRC – Advertised March 31, 2010

- d. 0920139 – MFRC, annoncé le 31 mars 2010

- e. 0920140 – CENTRE DE RESSOURCES POUR LES FAMILLES MILITAIRES – Advertised December 29, 2010

- e. 0920140 – CENTRE DE RESSOURCES POUR LES FAMILLES MILITAIRES, annoncé le 29 décembre 2010

- f. 0920141 – CRFM – Advertised March 31, 2010

- f. 0920141 – CRFM, annoncé le 31 mars 2010

## PERSONNEL SUPPORT PROGRAMS

## PROGRAMMES DE SOUTIEN DU PERSONNEL

- a. 0904967 – PSP Canadian Forces  
canadiennes

- a. 0904967 – PSP Canadian Forces  
canadiennes



- b. 0902350 – Expres & Design –  
Nov 5, 1986

- b. 0902350 – Expres et dessin, le  
5 novembre 1986



- c. 0900359 – Expres & Design –  
Advertised Aug 1, 1984

- c. 0900359 – Expres et dessin, annoncé  
le 1<sup>er</sup> août 1984



- d. 0601150 – EXPRES – Registered  
Aug 3, 1990

- d. 0601150 – EXPRES, enregistré le  
3 août 1990

- e. 0900360 – EXPRES – Advertised  
Nov 14, 1984

- e. 0900360 – EXPRES, annoncé le  
14 novembre 1984

## SISIP Financial Services

- a. 0904256 – SISIP – Advertised  
Jun 13, 1990
- b. 0904266 – RARM – Advertised  
Jun 13, 1990
- c. 0915821 – SISIP & Design –  
Advertised Jun 23, 2004

## Services financiers du RARM

- a. 0904256 – SISIP, annoncé le 13 juin  
1990
- b. 0904266 – RARM, annoncé le 13 juin  
1990
- c. 0915821 – SISIP et dessin, annoncé  
le 23 juin 2004



- d. 0915818 – RARM & Design -  
Advertised Jun 23, 2004

- d. 0915818 – RARM et dessin, annoncé  
le 23 juin 2004



- e. 0904257 – SISIP & Design –  
Advertised Jun 13, 1990

- e. 0904257 – SISIP et dessin, annoncé  
le 13 juin 1990



## **ANNEX B – Excerpts from Applicable Federal Legislation and Government Policies**

### **Trade-Marks Act, Section 9(1)(n)(i) and 9(2):**

“9(1) Prohibited Marks - No person shall adopt in connection with a business, as a trade-mark or otherwise, any mark consisting of, or so nearly resembling as to be likely to be mistaken for,

(n) any badge, crest, emblem or mark

(i) adopted or used by any of Her Majesty’s Forces as defined in the National Defence Act in respect of which the Registrar has, at the request of her Majesty ..., given public notice of its adoption and use.”

### **Copyright Act, Section 3:**

“3. (1) For the purposes of this Act, “copyright”, in relation to a work, means the sole right to produce or reproduce the work or any substantial part thereof in any material form whatever, to perform the work or any substantial part thereof in public or, if the work is unpublished, to publish the work or any substantial part thereof, and includes the sole right

(a) to produce, reproduce, perform or publish any translation of the work, [...]

(d) in the case of a literary, dramatic or musical work, to make any sound recording, cinematograph film or other contrivance by means of which the work may be mechanically reproduced or performed,

(e) in the case of any literary, dramatic, musical or artistic work, to reproduce, adapt and publicly present the work as a cinematographic work,

(f) in the case of any literary, dramatic, musical or artistic work, to communicate the work to the public by telecommunication,

(g) to present at a public exhibition, for a purpose other than sale or hire, an artistic work created after June 7, 1988, other than a map, chart or plan,

(h) in the case of a computer program that can be reproduced in the ordinary course of its use, other than by a reproduction during its execution in conjunction with a machine, device or computer, to rent out the computer program, and

(i) in the case of a musical work, to rent out a sound recording in which the work is embodied, and to authorize any such acts.”

### **Communications Policy of the Government of Canada, Section 23:**

“Institutions must avoid the appearance or public perception of endorsing or providing a marketing subsidy or an unfair competitive advantage to any person, organization or entity outside of government.”

### **National Defence Act, Section 291:**

“291 (1) Every person who uses

(a) the words “Canadian Forces” or “Canadian Armed Forces” or the name of any component, unit or other element thereof or any abbreviation thereof or any words or letters likely to be mistaken therefor,

(b) any picture or other representation of a member of the Canadian Armed Forces, or

(c) any uniform, mark, badge or insignia in use in the Canadian Armed Forces,

in any advertising or in any trade or service, having been requested in writing by the Minister to cease that usage, is guilty of an offence punishable on summary conviction.”

**Defence Administrative Orders and Directives, (DAOD) 3008-0:**

“The Department of National Defence and the Canadian Armed Forces are committed to protecting and managing Intellectual Property effectively to:

- maximize and preserve the value of the Intellectual Property owned by DND;
- maximize the benefits of the Intellectual Property owned by DND;
- prevent third parties from misusing the Intellectual Property owned by DND; and
- avoid infringing the Intellectual Property rights of third parties.”

[In this context, “DND” actually means “Her Majesty the Queen in Right of Canada”]



## **ANNEXE B – Extraits des lois fédérales et des politiques gouvernementales applicables**

### ***Loi sur les marques de commerce, alinéa 9(1)(n)(i) et paragraphe 9(2) :***

« 9(1) Marques interdites - Nul ne peut adopter à l'égard d'une entreprise, comme marque de commerce ou autrement, une marque composée de ce qui suit, ou dont la ressemblance est telle qu'on pourrait vraisemblablement la confondre avec ce qui suit :

n) tout insigne, écusson, marque ou emblème :

(i) adopté ou employé par l'une des forces de Sa Majesté telles que les définit la *Loi sur la défense nationale* à l'égard duquel le registraire, sur la demande de Sa Majesté..., a donné un avis public d'adoption et emploi. »

### ***Loi sur le droit d'auteur, article 3***

« 3. (1) Le droit d'auteur sur l'œuvre comporte le droit exclusif de produire ou reproduire la totalité ou une partie importante de l'œuvre, sous une forme matérielle quelconque, d'en exécuter ou d'en représenter la totalité ou une partie importante en public et, si l'œuvre n'est pas publiée, d'en publier la totalité ou une partie importante; ce droit comporte, en outre, le droit exclusif :

a) de produire, reproduire, représenter ou publier une traduction de l'œuvre;

d) s'il s'agit d'une œuvre littéraire, dramatique ou musicale, d'en faire un enregistrement sonore, film cinématographique ou autre support, à l'aide desquels l'œuvre peut être reproduite, représentée ou exécutée mécaniquement;

e) s'il s'agit d'une œuvre littéraire, dramatique, musicale ou artistique, de reproduire, d'adapter et de présenter publiquement l'œuvre en tant qu'œuvre cinématographique;

f) de communiquer au public, par télécommunication, une œuvre littéraire, dramatique, musicale ou artistique;

g) de présenter au public lors d'une exposition, à des fins autres que la vente ou la location, une œuvre artistique — autre qu'une carte géographique ou marine, un plan ou un graphique — créée après le 7 juin 1988;

h) de louer un programme d'ordinateur qui peut être reproduit dans le cadre normal de son utilisation, sauf la reproduction effectuée pendant son exécution avec un ordinateur ou autre machine ou appareil;

i) s'il s'agit d'une œuvre musicale, d'en louer tout enregistrement sonore. »

### **Politique de communication du gouvernement du Canada, article 23**

« Les institutions doivent éviter de donner l'impression, y compris au public, d'accorder leur appui, une subvention aux fins de marketing ou un avantage concurrentiel injuste à une personne, une organisation ou une entité à l'extérieur du gouvernement. »

### **Loi sur la défense nationale, article 291**

« 291. (1) Commet une infraction punissable sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire quiconque, malgré un avis écrit du ministre lui enjoignant de cesser cette pratique, persiste à utiliser dans une publicité ou des activités professionnelles :

- a) les appellations « Forces canadiennes » ou « Forces armées canadiennes », ou le nom d'un élément constitutif, d'une unité ou d'un autre élément de ces forces — ou toute abréviation d'un tel nom — ou des mots prêtant à confusion avec ces termes;
- b) un portrait ou toute autre image d'un membre des Forces canadiennes;
- c) un uniforme, symbole, écusson ou insigne en usage dans les Forces canadiennes. »

### **Directive et ordonnance administrative de la Défense (DOAD) 3008-0**

« Le ministère de la Défense nationale et les Forces canadiennes s'engagent à protéger et à gérer la PI de manière efficace pour :

- maximiser et préserver la valeur des PI appartenant au MDN;
- maximiser les avantages des PI appartenant au MDN;
- prévenir les abus par les tiers relativement aux PI appartenant au MDN;
- éviter la violation des droits de PI appartenant à des tiers. »

[Dans le présent contexte, MDN désigne Sa Majesté la Reine du chef du Canada]

## **ANNEX C – Useful Links**

1. Industry Canada - Canadian Intellectual Property Office

<http://www.cipo.ic.gc.ca>

2. Trade-marks Act, Section 9

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/T-13/page-3.html#h-3>

3. Copyright Act, Section 3

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-42/page-4.html#h-3>

4. Communications Policy of the Government of Canada, Section 23

<http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-eng.aspx?id=12316&section=text#sec5.23>

5. National Defence Act, Section 291

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/N-5/page-138.html?texthighlight=291#s-291>

6. Defence Administrative Orders and Directives, (DAOD) 3008-0

<http://www.admfincs.forces.gc.ca/dao-doa/3000/3008-0-eng.asp>

7. CFPFSS Graphics Standards

<https://www.cfpsa.com/en/AboutUs/Library/PoliciesandRegulations/Corporate/Pages/GraphicStandards.aspx>

## **ANNEXE C – Liens utiles**

1. Industrie Canada - Office de la propriété intellectuelle du Canada  
<http://www.cipo.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/accueil>
2. *Loi sur les marques de commerce*, article 9  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/T-13/page-3.html>
3. *Loi sur le droit d'auteur*, article 3  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-42/page-4.html>
4. Politique de communication du gouvernement du Canada, article 23  
<http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12316&section=text>
5. *Loi sur la défense nationale*, article 291  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/N-5/page-138.html?texthighlight=291>
6. Directive et ordonnance administrative de la Défense (DOAD) 3008-0  
<http://www.admfincs-smafinsm.forces.gc.ca/dao-doa/3000/3008-0-fra.asp>
7. Normes graphiques des SSPFFC  
<https://www.cfpsa.com/fr/aboutus/library/policiesandregulations/corporate/pages/graphicstandards.aspx>