



LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE
THE REGISTRAR OF TRADE-MARKS

Référence : 2015 COMC 89
Date de la décision : 2015-05-26
TRADUCTION

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION
produite par 3120490 Canada Inc. à
l'encontre de la demande
d'enregistrement n° 1,546,785 pour la
marque de commerce OINK OINK au
nom de Murray Sales Inc.**

[1] 3120490 Canada Inc. (l'Opposante) s'oppose à l'enregistrement de la marque de commerce OINK OINK (la Marque) qui est l'objet de la demande n° 1,546,785 au nom de Murray Sales Inc. (la Requérante). Produite le 6 octobre 2011, la demande est fondée sur l'emploi de la Marque au Canada en liaison avec des [TRADUCTION] « spatules, fouets, cuillères à mélanger, cuillères à égoutter, pinces, passoires, attaches pour sacs, casseroles, minuteriers » depuis le 1^{er} juillet 2011.

[2] L'Opposante allègue que : (i) la demande n'est pas conforme aux exigences prévues à l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi); (ii) la Marque n'est pas enregistrable en vertu de l'alinéa 12(1)d) de la Loi; (iii) la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque en vertu du paragraphe 16(1) de la Loi; et (iv) la Marque ne possède pas un caractère distinctif au sens de l'article 2 de la Loi.

[3] Pour les raisons exposées ci-dessous, je refuse la demande d'enregistrement.

Le dossier

[4] L'Opposante a produit sa déclaration d'opposition le 4 mars 2013. La Requérente a ensuite produit et signifié sa contre-déclaration le 7 mai 2013 dans laquelle elle conteste l'ensemble des motifs d'opposition.

[5] À l'appui de son opposition, l'Opposante a produit des copies certifiées des enregistrements n^{os} LMC406,686 et LMC379,916, dont les détails sont présentés à l'annexe A de cette décision.

[6] À l'appui de sa demande, la Requérente a produit la déclaration solennelle de Joe Bonanno, contrôleur de la Requérente. M. Bonanno n'a pas été contre-interrogé.

[7] Aucune des parties n'a produit de plaidoyer écrit. Les deux parties étaient représentées à l'audience.

Le fardeau de preuve incombant à chacune des parties

[8] C'est à la Requérente qu'incombe le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que sa demande est conforme aux exigences de la Loi. L'Opposante a toutefois le fardeau de preuve initial de présenter une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de chacun des motifs d'opposition [voir *John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst), p. 298].

La demande d'enregistrement est-elle conforme à l'article 30 de la Loi?

[9] Dans sa déclaration d'opposition, l'Opposante allègue que :

1. la Requérente, ou son prédécesseur en titre, n'a pas employé la Marque, au Canada, en liaison avec chacun des produits décrits dans la demande depuis la date de premier emploi alléguée, soit le 1^{er} juillet 2011, ou à tout autre moment pertinent, ou encore a abandonné ladite Marque parce qu'elle ne l'a pas employée de façon continue avant le dépôt de la demande, ce qui est contraire aux exigences prévues à l'alinéa 30*b*) de la Loi;

2. la Requérante ne pouvait pas, et ne peut toujours pas, être convaincue qu'elle a le droit d'employer la Marque au Canada en liaison avec les produits décrits dans la demande, puisqu'à la date de dépôt de la demande, la Requérante était bien au courant de l'existence des marques de commerce de l'Opposante et de son emploi continu de celles-ci, ce qui est contraire aux exigences prévues à l'alinéa 30*i*) de la Loi.

[10] La date pertinente pour l'examen des circonstances en ce qui concerne un motif d'opposition fondé sur le non-respect de l'article 30 est la date de production de la demande d'enregistrement, soit le 6 octobre 2011 [voir *Georgia-Pacific Corp c Scott Paper Ltd* (1984), 3 CPR (3d) 469 (COMC)].

Motif invoqué en vertu de l'alinéa 30b)

[11] En ce qui concerne le motif d'opposition invoqué en vertu de l'alinéa 30*b*), la partie opposante peut aussi bien s'acquitter du fardeau initial qui lui incombe en s'appuyant sur sa propre preuve que sur celle de la partie requérante [voir *Labatt Brewing Company Limited c Molson Breweries, a Partnership* (1996), 68 CPR (3d) (CF 1^{re} inst) 216, à 230]. En l'espèce, l'Opposante n'a présenté aucune preuve à l'appui du motif d'opposition qu'elle invoque en vertu de l'alinéa 30*b*). Elle a plutôt soutenu que, comme la date de premier emploi revendiquée correspond à un jour férié, cela vient mettre en doute la véracité de la revendication de la Requérante.

[12] Comme l'a souligné l'Opposante à l'audience, il a été confirmé dans des décisions précédentes de la Commission que le renvoi à une date de premier emploi d'une marque de commerce qui correspond à un jour férié soulève un doute quant à la véracité de la revendication, surtout lorsqu'il n'y a aucune preuve d'emploi de la Marque à cette date [voir *Mexx International BV c Poulin* (2004), 35 CPR (4th) 241 (COMC), *Nerds On-Site Inc c Iverson* (2006), 57 CPR (4th) 139 (COMC) et *XS Energy LLC c Petrillo* (2007), 66 CPR (4th) 43 (COMC)].

[13] En l'espèce, je suis prête à admettre d'office que la date de premier emploi revendiquée, soit le 1^{er} juillet 2011, est un jour férié au Canada. Par conséquent, je suis convaincue que l'Opposante s'est acquittée du fardeau de preuve initial qui lui incombait à l'égard du motif

d'opposition invoqué en vertu de l'alinéa 30*b*). La Requérante doit donc établir l'emploi de la Marque depuis le 1^{er} juillet 2011 en liaison avec les produits visés par la demande.

[14] Lors de mon examen de la preuve de la Requérante, je n'ai pas tenu compte des opinions de M. Bonanno se rapportant aux questions de fait et de droit qu'il revient au registraire de trancher dans la présente procédure. Cela comprend les déclarations de M. Bonanno selon lesquelles la demande en question est conforme à l'article 30 de la Loi et la Marque [TRADUCTION] « distingue réellement, et est adaptée à distinguer, les marchandises de la Requérante de celles de tiers ».

[15] En ce qui a trait à l'emploi, M. Bonanno affirme que [TRADUCTION] « la date de premier emploi au Canada de la marque de commerce en question, déclarée par la Requérante, est vraie » et que « la marque de commerce en question a été employée en tant que marque de commerce depuis la date de premier emploi déclarée ». Cependant, aucune preuve documentaire n'a été produite pour corroborer les simples déclarations de M. Bonanno. Il est bien établi que de simples allégations d'emploi ne sont pas suffisantes pour établir l'emploi au sens de l'article 4 [Plough (Canada) Ltd c Aerosol Fillers Inc (1980), 53 CPR (2d) 62 (CAF)]. Comme l'a souligné l'Opposante, la déclaration solennelle de M. Bonanno ne fournit aucun renseignement concernant la « date de premier emploi déclarée » ou la manière dont la Marque a été employée sur les produits visés par la demande depuis le 1^{er} juillet 2011, ni ne fournit de preuve de vente des produits visés par la demande en liaison avec la Marque en date du 1^{er} juillet 2011.

[16] La seule affirmation claire de M. Bonanno dans sa déclaration solennelle concernant la vente des produits visés par la demande concerne le fait qu'il a vendu [TRADUCTION] « différents ustensiles de cuisine » pour la Requérante. Néanmoins, il n'y a aucun renseignement relatif au type d'ustensiles de cuisine vendu, à la manière dont la Marque était associée à ces ustensiles de cuisine, ni au moment ou à l'endroit où ces ventes auraient eu lieu.

[17] L'annexe A de la déclaration solennelle de M. Bonanno contient des copies de photos montrant divers ustensiles de cuisine dans leur emballage, arborant la Marque, y compris des spatules, des cuillères à mélanger, une cuillère à égoutter, des pinces, un filtre d'évier, des attaches pour sacs et une poêle à frire. À cet égard, M. Bonanno formule les déclarations suivantes dans sa déclaration solennelle :

[TRADUCTION]

7. Il existe des motifs raisonnables de croire que :

- (a) L'emballage du produit et les copies de pages du catalogue établissent clairement les caractéristiques et l'emploi distinctifs des marchandises de la Requérante par rapport aux marchandises de l'Opposante.
- (b) Ces copies de l'emballage du produit et de pages du catalogue des marchandises de la Requérante corroborent la marque de commerce qui y est apposée et démontrent clairement leurs différences par rapport aux marchandises de l'Opposante.

[18] Je remarque que les pièces sont légalisées. En outre, il n'y a aucun renseignement concernant le moment où ces ustensiles de cuisine auraient été vendus de la manière présentée dans les pièces.

[19] Mis à part les problèmes soulevés relativement à la déclaration de M. Bonanno selon laquelle « il existe des motifs raisonnables de croire » que les pièces établissent les caractéristiques distinctives des produits de la Requérante, la déclaration solennelle ne me permet simplement pas de tirer de conclusion valable relativement à l'emploi de la Marque par la Requérante en liaison avec l'un ou l'autre des produits visés par la demande à la date de premier emploi revendiquée.

[20] Si je considère la preuve de la Requérante dans son ensemble, je ne suis pas convaincue que cette dernière s'est acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait, à savoir de démontrer l'emploi de la Marque en liaison avec l'un ou l'autre des produits visés par la demande, au sens du paragraphe 4(1) de la Loi, en date du 1^{er} juillet 2011.

[21] Compte tenu de ce qui précède, le motif d'opposition invoqué en vertu de l'alinéa 30ab) est accueilli.

Motif invoqué en vertu de l'alinéa 30i)

[22] L'alinéa 30*i*) de la Loi exige que la partie requérante joigne à sa demande une déclaration portant qu'il est convaincu d'avoir droit d'employer la marque de commerce au Canada. Si une telle déclaration est produite par la partie requérante, selon la jurisprudence, il ne peut y avoir violation de l'alinéa 30*i*) de la Loi que dans des cas exceptionnels qui rendent fausse la déclaration de la partie requérante [*Sapodilla Co Ltd c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC), à la page 155].

[23] L'Opposante n'a produit ni mentionné aucune preuve à l'appui du motif d'opposition qu'elle a invoqué en vertu de l'alinéa 30*i*). En outre, le simple fait qu'une partie requérante puisse avoir été au courant des marques de commerce d'une partie opposante créant de la confusion ne serait pas en soi suffisant. Par conséquent, je rejette le motif d'opposition invoqué en vertu de l'alinéa 30*i*), étant donné que l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau initial qui lui incombait.

La Marque crée-t-elle de la confusion avec les marques de commerce déposées de l'Opposante?

[24] Dans sa déclaration d'opposition, l'Opposante allègue que la Marque n'est pas enregistrable en vertu de l'alinéa 12(1)*d*) de la Loi parce qu'elle crée de la confusion avec les marques de commerce déposées OINK OINK (LMC406,686) et OINK OINK & Dessin (LMC379,916) de l'Opposante, dont les détails sont présentés à l'annexe A de cette décision.

[25] La date pertinente pour l'examen de cette question, qui est invoquée en vertu du motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)*d*), est la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et le Registraire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[26] J'ai exercé le pouvoir discrétionnaire du registraire de consulter le registre, et je confirme que les deux enregistrements de l'Opposante sont en règle. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial à l'égard de ce motif d'opposition.

[27] Comme l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial, la question consiste donc à déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime de démontrer, selon la

prépondérance des probabilités, que la Marque ne présente aucune probabilité raisonnable de confusion avec l'une ou l'autre des marques de commerce déposées de l'Opposante.

[28] Pour les raisons qui suivent, le motif d'opposition invoqué en vertu de l'alinéa 12(1)d) est accueilli.

Test en matière de confusion

[29] Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Le paragraphe 6(2) de la Loi porte que l'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques de commerce dans la même région serait susceptible de faire conclure que les produits ou les services liés à ces marques de commerce sont fabriqués, vendus, donnés à bail ou loués, ou que les services liés à ces marques sont impartis ou exécutés, par la même personne, que ces produits ou ces services soient ou non de la même catégorie générale.

[30] Lorsqu'il applique le test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles expressément énoncées au paragraphe 6(5) de la Loi, à savoir : a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; b) la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; et e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Le poids qu'il convient d'attribuer à chacun de ces facteurs n'est pas nécessairement le même. [Voir *Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc* (2006), 49 CPR (4^e) 321 (CSC); *Veuve Clicquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée et al* (2006), 49 CPR (4^e) 401 (CSC); et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc* (2011), 92 CPR (4^e) 361 (CSC) pour consulter une discussion exhaustive sur les principes généraux qui régissent le critère relatif à la confusion.]

[31] Je centrerai mon analyse sur la probabilité de confusion entre la Marque et le mot servant de marque OINK OINK de l'Opposante (enregistrement n^o LMC406,686), puisque je considère qu'il s'agit de l'argument le plus solide de l'Opposante.

[32] J'examinerai maintenant les facteurs énoncés au paragraphe 6(5).

Alinéa 6(5)a) – le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues

[33] L'examen global du facteur énoncé à l'alinéa 6(5)a) suppose que l'on tienne compte aussi bien du caractère distinctif inhérent que du caractère distinctif acquis des marques de commerce des parties.

[34] Les marques des deux parties possèdent un caractère distinctif inhérent très élevé, puisqu'elles ne sont ni descriptives ni suggestives des produits et des services en liaison avec lesquelles elles sont respectivement employées. À cet égard, le *Canadian Oxford Dictionary* définit le terme « oink » comme étant le [TRADUCTION] « grognement du cochon ou un son semblable ».

[35] Une marque de commerce peut acquérir une force accrue en devenant connue au Canada par la promotion ou l'emploi. L'Opposante n'a produit aucune preuve de promotion ou d'emploi de sa marque de commerce au Canada. De la même façon, conformément à ce que j'ai dit précédemment au sujet de la déclaration solennelle de M. Bonanno, je ne suis pas en mesure de tirer une conclusion valable en ce qui a trait à l'emploi ou à la promotion de la Marque par la Requérante en liaison avec l'un ou l'autre des produits visés par la demande, étant donné le manque d'information concernant la manière d'employer ou de promouvoir la Marque au Canada ou l'étendue de cet emploi ou de cette promotion.

[36] Par conséquent, le facteur énoncé à l'alinéa 6(5)a) ne favorise aucune des parties.

Alinéa 6(5)b) – la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage

[37] La demande pour la Marque est fondée sur l'emploi au Canada depuis le 1^{er} juillet 2011. Cependant, comme il en a été question plus en détail précédemment, je ne suis pas en mesure de tirer une conclusion valable concernant l'emploi de la Marque par la Requérante en liaison avec l'un ou l'autre des produits visés par la demande jusqu'ici. En revanche, l'Opposante a produit une copie certifiée de son enregistrement. Toutefois, cela permet uniquement au registraire de présumer d'un emploi minimal [voir *Entre Computer Centers, Inc c Global Upholstery Co* (1991), 40 CPR (3d) 427 (COMC)].

[38] Par conséquent, ce facteur ne favorise de manière significative aucune des parties.

Alinéas 6(5)c) et d) – le genre de produits, services ou entreprises et la nature du commerce

[39] Les facteurs énoncés aux alinéas 6(5)c) et d), lesquels concernent le genre de produits, de services et la nature du commerce, s'appliquent aussi en faveur de l'Opposante.

[40] S'agissant des facteurs énoncés aux alinéas 6(5)c) et 6(5)d) de la Loi, l'appréciation de la probabilité de confusion aux termes de l'alinéa 12(1)d) de la Loi repose sur la comparaison de l'état déclaratif des produits qui figure dans la demande relative à la Marque et des états déclaratifs des produits et services qui figurent dans l'enregistrement n° LMC406,686 de l'Opposante [voir *Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF); et *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd* (1987), 19 CPR (3d) 3 (CAF)].

[41] En outre, l'examen des états déclaratifs des produits et des services doit être effectué dans l'optique de déterminer le genre probable d'entreprise ou de commerce envisagé par les parties, et non l'ensemble des commerces que le libellé est susceptible d'englober. Une preuve des commerces réels des parties est utile à cet égard [voir *McDonald's Corp c Coffee Hut Stores Ltd* (1996), 68 CPR (3d) 168 (CAF); *Procter & Gamble Inc c Hunter Packaging Ltd* (1999), 2 CPR (4th) 266 (COMC); et *American Optical Corp c Alcon Pharmaceuticals Ltd* (2000), 5 CPR (4th) 110 (COMC)]. Toutefois, en l'espèce, je ne suis saisie d'aucune preuve du commerce réel de l'Opposante ou de la Requérante.

[42] La demande d'enregistrement de la Marque concerne un emploi en liaison avec divers ustensiles et accessoires de cuisine. En revanche, la marque de commerce OINK OINK de l'Opposante est enregistrée aux fins d'un emploi en liaison avec des vêtements, articles chaussants, jouets et accessoires mode pour enfants, ainsi qu'avec des meubles pour enfants et la vente au détail de ces produits. Elle est également enregistrée aux fins d'un emploi en liaison avec des livres, des cartes de souhaits, des autocollants, des sacs de transport y compris des boîtes à lunch, des articles cadeau pour enfants, y compris de la literie, des cadres pour photos, des cintres et des plaques pour interrupteurs, et la vente au détail de ces produits.

[43] Pendant l'audience, la Requérante a fait valoir que l'enregistrement de l'Opposante ne couvre aucun des produits visés par la demande, ni ne concerne des articles de cuisine. Ainsi, la Requérante affirme que la nature des produits et des services des parties sont différents, ce qui est probablement aussi le cas des voies de commercialisation. En revanche, l'Opposante a fait valoir que les produits des deux parties sont des produits ménagers à usage domestique qui pourraient être vendus dans des magasins d'objets divers, y compris des grandes surfaces. Ainsi, les produits des deux parties sont reliés et il existe une possibilité de chevauchement des voies de commercialisation.

[44] Bien qu'il n'y ait pas vraiment de lien entre les vêtements pour enfants, les jouets et les produits visés par la demande, l'état déclaratif des produits de l'Opposante comprend néanmoins des boîtes à lunch qui, comme dans le cas des ustensiles et accessoires de cuisine de la Requérante, constituent des articles ménagers liés au stockage et à la préparation d'aliments. En outre, l'état déclaratif des produits de l'Opposante contient également d'autres articles ménagers à usage général qui pourraient être vendus à l'aide des mêmes voies de commercialisation que les ustensiles et accessoires de cuisine de la Requérante. Comme ni l'enregistrement de l'Opposante ni la demande en objet ne contiennent de restriction concernant les voies de commercialisation, en l'absence de preuves fournies par les parties et étant donné que les produits et les services des parties sont étroitement liés, pour les besoins de l'analyse de la confusion, je conclus qu'il existe aussi une possibilité de chevauchement entre les voies de commercialisation des parties.

Alinéa 6(5)e) – le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent

[45] Au moment d'examiner le degré de ressemblance, il est bien établi en droit que les marques de commerce doivent être considérées dans leur ensemble.

[46] Les marques de commerce des parties sont identiques sur le plan de la présentation, du son et des idées qu'elles suggèrent. Comme il en a été question dans l'analyse de l'alinéa 6(5)a), les marques des deux parties évoquent le grognement d'un cochon ou un son semblable.

[47] Par conséquent, ce facteur favorise fortement l'Opposante.

Conclusion quant à la probabilité de confusion

[48] Dans *Masterpiece*, la Cour suprême du Canada a fait remarquer que le degré de ressemblance est le facteur susceptible d'avoir le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion. En appliquant le test en matière de confusion, j'ai considéré qu'il s'agissait d'une question de première impression et de souvenir imparfait. Après avoir examiné l'ensemble des circonstances de l'espèce, y compris les marques de commerce identiques des parties, la connexion entre les produits et les services respectifs des parties et le chevauchement potentiel des voies de commercialisation, je ne suis pas convaincue que la Requérante s'est acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait, soit de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion entre les marques de commerce OINK OINK des deux parties.

Autres motifs d'opposition

[49] Comme j'ai déjà refusé la demande en vertu de deux motifs, j'estime qu'il n'est pas nécessaire que j'examine les autres motifs d'opposition.

La décision

[50] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu du paragraphe 63(3) de la Loi, je repousse la demande d'enregistrement au titre du paragraphe 38(8) de la Loi.

Pik-Ki Fung
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Sophie Ouellet, trad.a.

Annexe A
[TRADUCTION]

Marque de commerce déposée de l'Opposante	N° d'enregistrement	Produits et services
OINK OINK	LMC406,686	<p>[TRADUCTION] Produits :</p> <p>(1) Vêtements pour enfants, nommément t-shirts, chandails en molleton, chemises, chandails, pantalons, jupes, robes, shorts, habits de neige, sous-vêtements, pyjamas, salopettes, jumpers, ensembles de jogging, vestes, manteaux, maillots de bain; jouets pour enfants, nommément jeux éducatifs, jeux préscolaires, casse-tête, animaux en peluche, marionnettes, balles, toupies, poupées, jeux de société, matériel de bricolage, instruments de musique, bicyclettes et trains; livres; cartes de souhaits toute occasion; transferts imprimés pour t-shirts; autocollants; accessoires mode pour enfants, nommément épinglettes, bracelets, colliers, boucles d'oreilles, foulards, mitaines, gants, casquettes, chapeaux, cache-oreilles, boucles pour cheveux, pinces et barrettes; articles chaussants pour enfants, nommément souliers, bottes, sandales, pantoufles et espadrilles; sacs de transport, nommément, sacs à dos, sacoches, sacs d'école, portefeuilles, porte-documents et boîtes à lunch; articles cadeau pour enfants, nommément coussins décoratifs, pot pourri, draps décoratifs, boîtes musicales et figurines, cadres pour photos décoratifs, cintres décoratifs, plaques d'interrupteur décoratives; meubles en rotin pour enfants, nommément chaises berçantes, paniers, sofas et tables.</p> <p>[TRADUCTION] Services :</p> <p>(i) Exploitation de magasins au détail spécialisés dans la vente des marchandises susmentionnées.</p>

Marque de commerce déposée de l'Opposante	N° d'enregistrement	Produits et services
	<p>LMC379,916</p>	<p>[TRADUCTION] Produits :</p> <p>(1) Vêtements pour enfants, notamment t-shirts, chandails en molleton, chemises, chandails, pantalons, jupes, robes, shorts, habits de neige, sous-vêtements, pyjamas, salopettes, jumpers, ensembles de jogging, vestes, manteaux, maillots de bain; divers jouets et jeux pour enfants, notamment animaux en peluche, marionnettes, balles, toupies, poupées, bicyclettes et trains; livres; cartes de souhaits toute occasion; transferts imprimés pour t-shirts; autocollants; accessoires mode pour enfants, notamment épinglettes, bracelets, colliers, boucles d'oreilles, foulards, mitaines, gants, casquettes, chapeaux, cache-oreilles, boucles pour cheveux, pinces et barrettes; articles chaussants pour enfants, notamment souliers, bottes, sandales, pantoufles et espadrilles; sacs de transport, notamment, sacs à dos, sacoches, sacs d'école, portefeuilles, porte-documents et boîtes à lunch; articles cadeau pour enfants, notamment coussins décoratifs, parfums d'ambiance sous forme de pot pourri, draps décoratifs, boîtes musicales et figurines, cadres pour photos décoratifs, cintres décoratifs, plaques d'interrupteur décoratives; meubles en rotin pour enfants, notamment chaises berçantes, chaises, paniers, sofas et tables.</p> <p>[TRADUCTION] Services :</p> <p>(i) Exploitation de magasins au détail spécialisés dans la vente des marchandises susmentionnées.</p>