



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

Référence : 2015 COMC 217
Date de la décision : 2015-12-01
[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]

**DANS L'AFFAIRE DE LA PROCÉDURE DE RADIATION EN VERTU DE
L'ARTICLE 45**

Lavery de Billy

Partie requérante

et

Canadian Sport Institute Pacific Society

Propriétaire inscrite

LMC732,339 pour
SPIN: SPORT INNOVATION

Enregistrement

[1] Le 14 mai 2014, à la demande de Lavery de Billy, le registraire des marques de commerce a donné l'avis prévu à l'article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi) à Canadian Sport Institute Pacific Society, la propriétaire inscrite de l'enregistrement n° LMC732,339 de la marque de commerce SPIN: SPORT INNOVATION.

[2] La marque de commerce SPIN: SPORT INNOVATION (la Marque) est enregistrée aux fins d'emploi en liaison avec des services liés à la nutrition, à l'entraînement et à la performance d'athlètes. Je reproduis l'état déclaratif des services, tel qu'il figure dans l'enregistrement n° LMC732,339 :

[TRADUCTION]

[(1)] Développement et organisation de la distribution de vêtements et de

technologies d'équipement de sport utilisés par des athlètes pour aider à améliorer l'entraînement et la performance des athlètes; (2) Développement et organisation de la distribution de logiciels pour enregistrer et mesurer l'entraînement des athlètes et leur performance dans une compétition; (3) Mise à l'épreuve de la performance des athlètes dans les environnements de formation et de compétition; (4) Essai des vêtements, et de l'équipement de sport ainsi que des technologies d'équipement de sport utilisés par les athlètes à des fins de formation et de compétition; (5) Élaboration d'un programme éducatif pour les collèges et les universités ayant trait à l'alimentation des athlètes, à l'entraînement des athlètes, aux tests d'entraînement et de performance des athlètes, ainsi qu'au marketing; (6) Exploitation d'un site Web, d'ateliers, de séminaires, de conférences et publication d'un bulletin ayant trait à l'alimentation des athlètes, à l'entraînement des athlètes, aux tests d'entraînement et de performance des athlètes et au marketing.

[3] L'avis exigeait que Canadian Sport Institute Pacific Society (la Propriétaire) fournisse une preuve démontrant que la Marque a été employée au Canada en liaison avec chacun des services décrits dans l'enregistrement à un moment quelconque entre le 14 mai 2011 et le 14 mai 2014 (la Période pertinente). À défaut d'avoir ainsi employé la Marque, la Propriétaire devait fournir une preuve établissant la date à laquelle la Marque a été employée en dernier lieu et les raisons de son défaut d'emploi depuis cette date.

[4] En réponse à l'avis du registraire, la Propriétaire a produit l'affidavit de Gurkamal Loodu.

[5] Seule la Propriétaire a produit des observations écrites. Aucune audience n'a été tenue.

[6] Pour les raisons exposées ci-après, je conclus qu'il y a lieu de radier l'enregistrement.

Fardeau de preuve

[7] Il est bien établi que de simples allégations d'emploi ne sont pas suffisantes pour établir l'emploi dans le contexte de la procédure prévue à l'article 45 [*Plough (Canada) Ltd c Aerosol Fillers Inc* (1980), 53 CPR (2d) 62 (CAF)]. Le niveau de preuve requis pour établir l'emploi dans le cadre de cette procédure est peu élevé [*Woods Canada Ltd c Lang Michener* (1996), 71 CPR (3d) 477 (CF 1^{re} inst)] Il n'est pas nécessaire de produire une surabondance de preuve [*Union Electric Supply Co Ltd c Registraire des marques de commerce* (1982), 63 CPR (2d) 56 (CF 1^{re} inst)]. Il n'en faut pas moins présenter des faits suffisants pour permettre au registraire de

conclure que la Marque a été employée en liaison avec chacun des services décrits dans l'enregistrement au cours de la Période pertinente. Comme le fardeau de preuve repose entièrement sur la Propriétaire, toute ambiguïté dans la preuve doit être interprétée contre elle [*Diamant Elinor Inc c 88766 Canada Inc*, 2010 CF 1184, 90 CPR (4^e) 428 au para 16].

[8] La définition d'emploi en liaison avec des services est énoncée à l'article 4(2) de la Loi, qui prévoit qu'une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des services si elle est employée ou montrée dans l'exécution ou l'annonce de ces services.

[9] La présentation de la marque dans l'annonce des services est suffisante pour satisfaire aux exigences de l'article 4(2), dès que le propriétaire de la marque de commerce offre et est prêt à exécuter les services au Canada [*Wenward (Canada) Ltd c Dynaturf Co* (1976), 28 CPR (2d) 20 (COMC)]. En outre, il faut considérer la preuve dans son ensemble et éviter de focaliser sur des éléments de preuve individuels [*Kvas Miller Everitt c Compute (Bridgend) Limited*, 2005 CanLII 78281, 47 CPR (4^e) 209 (COMC)].

Observations préliminaires

[10] Les changements de noms de la Propriétaire sont divulgués dans les notes en bas de page contenues dans l'enregistrement n° LMC732,339. On y voit plus particulièrement ceci :

- la Propriétaire était auparavant connue sous le nom de « PacificSport BC Society »;
- le nom « PacificSport BC Society » a été changé pour « Canadian Sport Centre Pacific Society » le 7 décembre 2007;
- le nom « Canadian Sport Centre Pacific Society » a été changé pour « Canadian Sport *Institute* Pacific Society » (je souligne), le nom de la Propriétaire qui figurait au dossier le 7 mars 2013.

[11] Le changement de nom survenu le 7 mars 2013 s'inscrit dans la Période pertinente; il est donc visé par l'examen suivant de la preuve de la Propriétaire, produite par voie de l'affidavit de M. Loodu et des pièces A à K qui y sont jointes.

Examen de la preuve de la Propriétaire

[12] M. Loodu est le conseiller en prospection de clientèle de la Propriétaire. À la date de son affidavit, soit le 8 août 2014, il occupait ce poste depuis juin 2012 [para 1 de l'affidavit].

[13] M. Loodu a affirmé solennellement que la Propriétaire a employé la Marque au Canada [TRADUCTION] « telle qu'elle figure dans l'enregistrement » pendant la Période pertinente [TRADUCTION] « en liaison avec les services énoncés dans la demande d'enregistrement » de la Marque [para 8 de l'affidavit]. Il dresse la liste de ces services de la façon suivante, puis y fait référence collectivement comme étant « les Services » :

(1) développement et organisation de la distribution de vêtements et de technologies d'équipement de sport utilisés par des athlètes pour aider à améliorer l'entraînement et la performance des athlètes;

(2) développement et organisation de la distribution de logiciels pour enregistrer et mesurer l'entraînement des athlètes et leur performance dans une compétition;

(3) mise à l'épreuve de la performance des athlètes dans les environnements de formation et de compétition;

(4) essai des vêtements, et de l'équipement de sport ainsi que des technologies d'équipement de sport utilisés par les athlètes à des fins de formation et de compétition;

(5) élaboration d'un programme éducatif pour les collèges et les universités ayant trait à l'alimentation des athlètes, à l'entraînement des athlètes, aux tests d'entraînement et de performance des athlètes, ainsi qu'au marketing;

(6) exploitation d'un site Web, d'ateliers, de séminaires, de conférences et publication d'un bulletin ayant trait à l'alimentation des athlètes, à l'entraînement des athlètes, aux tests d'entraînement et de performance des athlètes et au marketing.

[14] Je note que les services énumérés correspondent aux services visés par l'enregistrement. En outre, bien que M. Loodu fasse collectivement référence à ces services tout au long de son affidavit, il déclare explicitement lesquels sont « abordés » dans les pièces A à K de son

affidavit. En fait, M. Loodu présente essentiellement la preuve en faisant référence à ces pièces. Par conséquent, je continuerai mon examen de la preuve en discutant des pièces A à K et en les commentant dans l'optique de mon analyse des questions.

➤ *Pièce A*

[15] La pièce A est présentée au paragraphe 10.a de l'affidavit et se lit comme suit :

[TRADUCTION] Les Services sont offerts dans les installations du Camosun College. Une description de cette relation, qui comprend une référence à SPIN et à « Sport Innovation », figure sur le site Web de PISE <http://piseworld.com/about-spin/> (mis à jour en 2014) et est jointe en pièce A de mon affidavit.

[16] À mon avis, il aurait été très facile pour M. Loodu d'expliquer clairement dans son affidavit la « relation » entre la Propriétaire et PISE. Cependant, comme M. Loodu a choisi de ne pas le faire, j'ai examiné l'information contenue dans les quatre pages du site Web produit en pièce A; et les renseignements qui figurent dans la section « History » (historique) de la deuxième page ont attiré mon attention. La page du site Web est reproduite à l'annexe 1 de ma décision.

[17] Ce que je comprends de la section « History » de la pièce A, c'est que les Services sont offerts au Sport Innovation Centre, exploité par le Pacific Institute of Sport Excellence (PISE), un partenariat entre le Camosun College et Canadian Sport Centre Pacific. Faute d'explications supplémentaires de la part de M. Loodu, il me semble que la seule conclusion que je puisse tirer de la pièce A est que PISE est une entité distincte de la Propriétaire. Je souligne également que le « Canadian Sport Centre Pacific » est identifié comme un partenaire de PISE, alors que le nom de la Propriétaire est « Canadian Sport *Institute* Pacific *Society* ». En outre, comme il en a été question dans mes observations préliminaires, la Propriétaire était auparavant connue sous le nom de « Canadian Sport Centre Pacific *Society* » (je souligne). Je reviendrai sur ces commentaires dans mon analyse des questions.

[18] Au paragraphe 10.b de son affidavit, M. Loodu fait référence à des phrases qui se trouvent dans la section « Aims » (objectifs) de la deuxième page du site Web de PISE, produit en pièce A [voir l'annexe 1 de ma décision]. Il affirme solennellement que cette section aborde les Services (1) et (4).

[19] Selon les déclarations de M. Loodu, la pièce A présente aussi une couverture médiatique des Services faite par CHECK News et SHAW Daily et affichée sur le site Web de PISE, [TRADUCTION] « ces deux reportages ont été diffusés le 19 novembre 2009 »; cette preuve concerne les Services (1) et (4) [para 10.c de l'affidavit].

[20] J'ai reproduit à l'annexe 2 de ma décision la troisième page du site Web que l'on retrouve en pièce A et qui semble être la « couverture médiatique » à laquelle M. Loodu fait référence. Tout ce que cette page Web me permet de conclure, c'est que les carrés noirs correspondent à la couverture médiatique du 19 novembre 2009 faite par CHECK News et SHAW Daily, laquelle pouvait être visionnée sur le site Web le 8 août 2014 (date affichée dans le coin supérieur gauche). Mis à part le fait que cette couverture médiatique du 19 novembre 2009 ne s'inscrit pas dans la Période pertinente, l'absence d'images de la diffusion de cette preuve n'aide en rien la Propriétaire. J'ajouterais que même si la Propriétaire avait produit une preuve adéquate de la couverture médiatique, j'aurais estimé que cette preuve n'est pas utile à la Propriétaire parce que je suis d'avis qu'une couverture médiatique ne constitue pas une annonce. [Voir, par analogie, *Williams Companies Inc c William Tel Ltd* (1999), 4 CPR (4^e) 253 (COMC) où il a été déterminé que les références aux marques de commerce dans les articles de journaux ne constituent pas une forme d'annonce.]

➤ *Pièce B*

[21] D'après les déclarations de M. Loodu, la pièce B contient d'autres éléments de couverture médiatique et des vidéos YouTube au sujet des Services, accessibles à l'adresse <https://www.youtube.com/user/SPINCentre>. La couverture médiatique et les vidéos affichées [TRADUCTION] « au cours des deux à quatre dernières années » concernent les services (1) à (6) [paragraphe 10.d de l'affidavit].

[22] J'ai reproduit à l'annexe 3 de ma décision les deux pages du site Web, qui semblent provenir du site Web YouTube, produites en pièce B. Je reconnais la présence du logo reproduit ci-dessous (le logo SPIN).



[23] Je reviendrai sur le logo SPIN dans mon analyse des questions. Cependant, à cette étape-ci, j'estime que la pièce B n'est d'aucune utilité pour la Propriétaire en l'espèce.

[24] En effet, même si je conclus qu'il s'agit d'une preuve représentative de vidéos qui auraient pu être consultées sur le site Web YouTube pendant la Période pertinente, je note à nouveau l'absence d'images. En outre, mon opinion selon laquelle la couverture médiatique ne constitue pas une forme d'annonce s'applique à la pièce B. Enfin, comme M. Loodu n'a pas parlé du contenu des vidéos publiés sur YouTube, on ne peut pas savoir s'il s'agit bien d'annonces. Autrement dit, la preuve que sont les vidéos sur YouTube est ambiguë.

➤ *Pièce C*

[25] D'après les déclarations de M. Loodu, la pièce C contient une étude de cas datée du 24 mai 2013, esquisant le développement d'un siège de navigateur paralympique; elle concerne les Services (1) à (5) [para 10.e de l'affidavit].

[26] J'estime que la pièce C n'est pas utile à la Propriétaire. Bien que l'étude de cas contienne quelques références à SPIN comme étant le Sport Innovation Center au Camosun College, par exemple « *When the Sport Innovation Centre (SPIN), at Camosun College, was approached...* » (lorsque l'on a demandé au Sport Innovation Centre (SPIN) au Camosun College) ou « *SPIN enthusiastically accepted...* » (SPIN a accepté avec enthousiasme), je n'ai vu aucune référence à la Marque, c'est-à-dire à SPIN: SPORT INNOVATION. Quoi qu'il en soit, toute référence à la Marque dans cette étude de cas ne serait pas considérée comme une forme d'annonce.

➤ *Pièce D*

[27] En résumé, d'après les déclarations de M. Loodu, la pièce D contient des pages du site Web <http://spin-centre.ca/home> qui sont propres à la technologie comprise dans les Services; elle concerne les Services (2) et (5) [para 10.f de l'affidavit].

[28] Malgré la piètre qualité de la reproduction, je peux voir le logo SPIN sur la première page du site Web produit en pièce D. Comme je l'ai mentionné précédemment, je reviendrai sur l'emploi du logo SPIN.

➤ *Les pièces E et F*

[29] Les pièces E et F sont constituées de deux communiqués de presse publiés par Camosun College le 29 mai et le 31 mai 2012, respectivement. Ils sont produits en référence à la déclaration de M. Loodu indiquant que les Services offerts sous la Marque ont été financés par [TRADUCTION] « le gouvernement et les autorités publiques » [para 10.g de l'affidavit]. D'après les déclarations de M. Loodu, le communiqué de presse du 29 mai porte sur les Services (1) à (5) et celui du 31 mai porte sur les Services (1) à (4).

[30] J'estime que les pièces E et F ne sont pas utiles à la Propriétaire. Je me contenterai de dire qu'elles ne font pas référence à la Marque. Elles concernent plutôt SPIN, en tant que Sport Innovation Center au Camosun College. Quoi qu'il en soit, toute référence à la Marque dans ces communiqués de presse ne serait pas considérée comme une forme d'annonce.

➤ *Pièce G et H*

[31] Les pièces G et H contiennent des pages de sites Web produits en référence à la déclaration de M. Loodu selon laquelle [TRADUCTION] « la Requérante exerce ses activités en partenariat avec le Canadian Sport Institute » sous la Marque. À cet égard, M. Loodu déclare que [TRADUCTION] « le partenariat entre SPIN: SPORT INNOVATION et le Canadian Sport Institute est énoncé » sur le site <http://www.csipacific.ca/about/partners/>, produit en pièce G, et sur le site <http://spin-centre.ca/home/about-us/partners/>, produit en pièce H [para 10.i. de l'affidavit].

[32] Comme le terme « Requérente est sans doute ambigu, une juste interprétation des déclarations de M. Loodu me mène à conclure que ce terme désigne le Sport Innovation Centre exploité par PISE. Je note aussi que les pièces G et H arborent le logo SPIN.

➤ *Pièces I à K*

[33] Les pièces I à K sont produites en référence aux déclarations de M. Loodu au sujet des programmes offerts par « la Requérente » en collaboration avec [TRADUCTION] « le Canadian Sport Institute et ses autres partenaires »; elles concernent les produits (5) et (6) [para 10.j de l'affidavit]. Cependant, aucune de ces pièces constituant une page du site Web *www.csipacific.ca* ne fait référence à la Marque. Par conséquent, je n'en discuterai pas davantage, sauf pour dire qu'elles ne sont pas utiles à la cause de la Propriétaire.

Analyse des questions

[34] J'aimerais commencer mon analyse des questions en soulignant la généralité des observations écrites de la Propriétaire à l'appui de son opinion selon laquelle l'enregistrement doit être maintenu.

[35] En effet, mis à part les observations générales sur l'objet et la portée de la procédure prévue à l'article 45 et le fardeau de preuve, les observations de la Propriétaire se résument aux suivantes [TRADUCTION] :

10. En outre, il est établi en droit que l'emploi d'une variante d'une marque de commerce déposée sera considéré comme l'emploi d'une marque de commerce si la variante n'est pas « considérablement différente » de la marque de commerce déposée. *Registrar of Trade-marks c Honeywell Bull, S.A.*, [1985] 1 CF 406 à la p 525 et *Sols R. Isabelle Inc. c Stikeman Elliot LLP*, 2011 CF au para 28.
11. La preuve contenue dans les pièces jointes de l'affidavit du déposant établit ou corrobore à première vue l'emploi de la Marque de commerce en liaison avec les Services de manière suffisante pour permettre au registraire d'en arriver à une conclusion d'emploi de la Marque de commerce en liaison avec les Services visés par l'enregistrement pendant la période pertinente.
12. De plus, l'emploi de la Marque de commerce par la Canadian Sport Centre Pacific Society n'a pas été contesté par la Partie requérante, soit dans le cadre de l'examen du déposant, soit par voie d'observations écrites.

13. Dans notre observation, eu égard à la preuve dans son ensemble, au fait que la Partie requérante n'ait pas contesté cette preuve et à l'objet de l'article 45, la Canadian Sport Centre Pacific Society a établi l'emploi de la Marque de commerce en liaison avec les Services pendant les trois années qui ont immédiatement précédé le début de la procédure prévue à l'article 45, en vertu de l'article 4(2) et de l'article 45 de la Loi sur les marques de commerce.

[36] L'argument de la Propriétaire selon lequel la Partie requérante n'a pas contesté la preuve en examinant M. Loodu n'est pas pertinent. Il est établi en droit que le registraire n'a pas le pouvoir d'ordonner un contre-interrogatoire relativement à un affidavit ou à une déclaration solennelle produits en preuve dans le cadre d'une procédure prévue à l'article 45 [voir *Burke-Robertson c Carhartt Canada Ltd* (1994), 56 CPR (3d) 353 (CF 1^{re} inst)]. De plus, je ne sais pas pourquoi la Partie requérante n'a pas présenté d'observations, et je considère qu'il n'est pas approprié de spéculer à cet égard.

[37] La Propriétaire a présenté de façon générale la preuve contenue dans les pièces A à K pour établir ou corroborer à première vue l'emploi de la Marque en liaison avec les Services. Cependant, peu importe mes commentaires au sujet de leur valeur probante, j'ai conclu à la lumière de mon examen des pièces A à K qu'aucune de ces pièces ne présente ou ne fait référence à la Marque telle qu'elle figure dans l'enregistrement, à savoir SPIN: SPORT INNOVATION. Au mieux, le logo SPIN que l'on peut voir sur les pièces B, D, G et H pourrait être considéré comme une variante de la Marque, ce qui pourrait expliquer les observations générales de la Propriétaire relativement à l'emploi d'une variante de la marque de commerce déposée. Néanmoins, la Propriétaire n'a pas formulé d'observations précises à cet égard.

[38] Comme j'ai déjà noté que la Propriétaire était antérieurement connue sous le nom de « Canadian Sport Centre Pacific Society », je conclus que la référence à ce nom au paragraphe 12 des observations écrites se veut une référence à la Propriétaire. Ce commentaire me ramène à mes commentaires précédents au sujet de la pièce A sur laquelle s'appuie la Propriétaire pour décrire sa relation avec PISE [voir les para 15 à 17 de ma décision]. À cette étape-ci, je me contenterai de réitérer qu'en l'absence d'explications de la part de M. Loodu lui-même, je comprends de la pièce A que PISE exploite le Sport Innovation Centre où les Services ont été offerts pendant la Période pertinente. En outre, comme PISE est identifié comme

constituant un partenariat entre le Camosun College et le Canadian Sport Centre Pacific, il semble s'agir d'une entité distincte de la Propriétaire.

[39] Enfin, à la suite de mon examen de la preuve de la Propriétaire, j'ai relevé trois questions qui se posent en l'espèce. Il s'agit des suivantes :

1. L'emploi du logo SPIN constitue-t-il un emploi de la Marque telle qu'elle figure dans l'enregistrement?
2. La preuve démontre-t-elle l'emploi de la Marque par la Propriétaire ou un emploi qui s'applique en sa faveur?
3. La preuve démontre-t-elle l'emploi ou l'affichage de la Marque dans l'exécution ou l'annonce des Services?

[40] Concernant la première question, je note qu'elle peut être déterminante parce que si la réponse à cette question est « non », il n'y aurait aucune preuve *établissant* l'emploi de la Marque.

L'emploi du logo SPIN constitue-t-il un emploi de la Marque telle qu'elle figure dans l'enregistrement?

[41] Le test en matière de variation, énoncé par la Cour d'appel fédérale dans *Canada (Registraire des marques de commerce) c Compagnie International pour l'informatique CII Honeywell Bull* (1985), 4 CPR (3d) 523 (CAF), à la p 525, est le suivant :

[TRADUCTION]

Le test pratique qu'il convient d'appliquer pour résoudre un cas de cette nature consiste à comparer la marque de commerce qui est enregistrée avec la marque de commerce qui est employée et à déterminer si les différences entre ces deux versions de la marque sont à ce point minimales qu'un consommateur non averti conclurait, selon toute probabilité, qu'elles identifient toutes deux, malgré leurs différences, des produits ayant la même origine.

[42] Comme la Cour d'appel l'a fait observer, [TRADUCTION] « Il faut répondre non à cette question sauf si la marque a été employée d'une façon telle qu'elle a conservé son identité et est

demeurée reconnaissable malgré les différences existant entre la forme sous laquelle elle a été enregistrée et celle sous laquelle elle a été employée. » [à la p 525]

[43] Pour trancher cette question, il faut se demander si les « caractéristiques dominantes » de la marque de commerce ont été préservées [voir *Promafil Canada Ltée c Munsingwear Inc* (1992), 44 CPR (3d) 59 (CAF) à la p 71]. L'évaluation des éléments constituant les caractéristiques dominantes et la question de savoir si la variation est suffisamment mineure pour que l'on puisse conclure à l'emploi de la marque de commerce telle qu'elle est enregistrée sont des questions de fait qui doivent être tranchées en fonction des circonstances propres à chaque cas.

[44] En l'espèce, je suis d'avis que la différence entre la Marque telle qu'elle figure dans l'enregistrement et le logo SPIN est bien plus que mineure.

[45] Je considère que tous les éléments de la Marque sont aussi dominants l'un que l'autre. Je considère aussi que le deux-points relie visuellement les éléments « SPIN » et « SPORT INNOVATION ». Plus particulièrement, j'estime qu'il est raisonnable de considérer que le deux-points est une caractéristique de la Marque servant à illustrer que « SPIN » est l'abréviation de la phrase « SPORT INNOVATION ». À cet égard, il est bien connu que le deux-points est un signe de ponctuation ayant plusieurs usages, dont l'un consiste à [TRADUCTION] « séparer des phrases lorsque la deuxième se veut le développement ou l'illustration de la première » [voir le *Canadian Oxford Dictionary*].

[46] En revanche, bien que l'élément « SPIN » constitue clairement une caractéristique dominante du logo SPIN, on ne peut pas en dire de même de « SPORT INNOVATION ». En outre, non seulement « SPORT INNOVATION » est-il un élément distinct de « SPIN », mais il est aussi beaucoup plus petit et suivi du mot « CENTRE » de même taille et police. Contrairement à la Marque, le logo SPIN ne contient rien qui relie visuellement les éléments « SPIN » et « SPORT INNOVATION »; ce dernier étant plutôt lié au mot « CENTRE ». Les mots « SPORT INNOVATION CENTRE » forment une expression unitaire. Enfin, je suis d'avis que les éléments « SPIN » et « SPORT INNOVATION » dans le logo SPIN ne seront pas perçus comme formant une marque de commerce unique ou unitaire.

[47] Par conséquent, l'emploi du logo SPIN ne constitue pas un emploi de la Marque telle qu'elle figure dans l'enregistrement. Je conclus donc qu'il n'y a aucune preuve établissant l'emploi de la Marque. Autrement dit, l'affidavit de M. Loodu ne contient que de simples allégations d'emploi du même type que celles qui ont été considérées inacceptables dans *Plough*, précitée.

[48] Comme la première question est déterminante, je n'estime pas nécessaire de me pencher sur la deuxième et la troisième question.

[49] Compte tenu de ce qui précède, je ne suis pas convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque en liaison avec chacun des services visés par l'enregistrement au sens des articles 4(2) et 45 de la Loi. En outre, l'affidavit de M. Loodu ne présente aucune circonstance spéciale justifiant le défaut d'emploi.

Décision

[50] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi et conformément aux dispositions de l'article 45 de la Loi, l'enregistrement n° LMC732,339 sera radié.

Céline Tremblay
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Sophie Ouellet, trad.a.

Aucune audience tenue

Agents au dossier

Mark W. Timmis
(Mark Timmis Law Corporation)

Pour la Propriétaire inscrite

Simon Lemay
(Lavery, De Billy)

Pour la Partie requérante

Annexe 1

Deuxième page de la pièce A

8/8/2014

About SPIN | PISE

This facility also operates a high performance testing and monitoring lab dealing with Olympic, Paralympics, and regional athletes and assists them in powering their sport performance.

History

The Pacific Institute of Sport Excellence is a partnership initiative of Camosun College and Canadian Sport Centre Pacific, a leader in the delivery of programs, services and expertise in performance sport across the country. Excellence in education, performance and innovation are the cornerstones of PISE's activities.

Through the Institute's new Sport Innovation Centre, Dr. Tim Walzak, BC Regional Chair of Sport Technology at Camosun and the late Dr. Gord Sleivert of Canadian Sport Institute, partnered to develop performance advancing products not only for the benefit of our elite athletes but for the health and well-being of all Canadians.

Aims

- 1) At the Sport Innovation Centre our work focuses initially on high performance Olympic and Paralympics athletes. One of our mandates is to combine leading-edge technology and applied research to address various team and individual needs as they emerge in training and competitions.
- 2) Another area of SPIN focus is on product testing and prototype development. Our team has access to not only the aforementioned high performance athletes but also to world-leading sports scientists and rehabilitation experts across Canada.

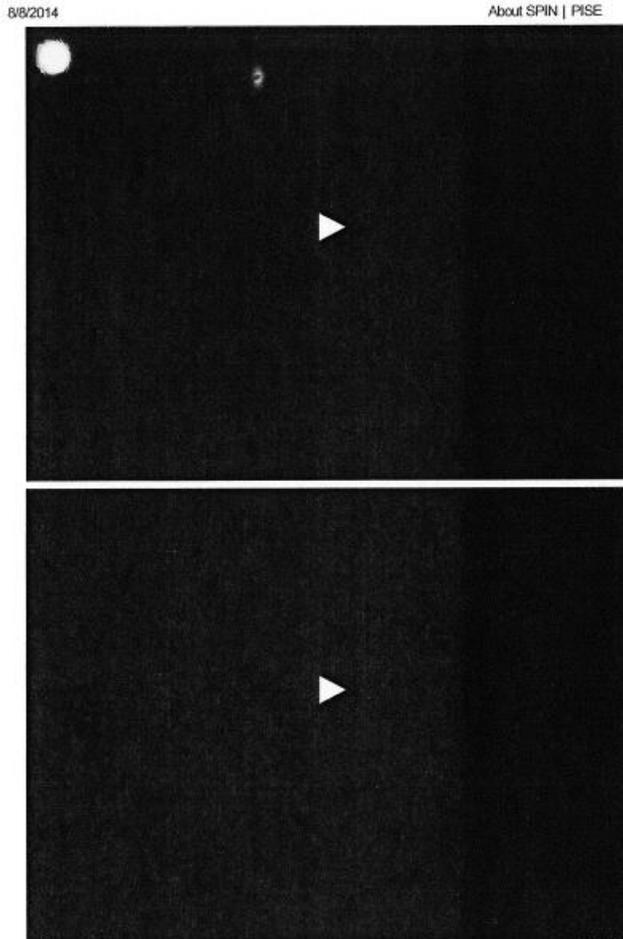
We are able to establish and build connections between the ideas generated from basic sport research, the athletic performance community, and the product development business.

- 3) New textile and sensor technology developed through the SPIN Centre at the Pacific Institute for Sport Excellence will provide Victoria, and the region, a unique capability in an important new economic sector.

The ongoing work in advancing human performance will position Vancouver Island as a break-through leader in sport technology development throughout Canada and around the world.

Annexe 2

Troisième page de la pièce A



Annexe 3

Pièce B

8/8/2014 Sport Innovation Centre (SPIN) - YouTube

Tube

[pieceworld.com](#)

Sport Innovation Centre (SPIN)

8

[Home](#) [Videos](#) [Playlists](#) [Channels](#) [About](#)

All activities ▾

SPINCentre uploaded a video

John McRoberts - Sailing Chair
3 years ago • 291 views
Canadian Paralympian Sailor John McRoberts tells his story about overcoming extreme circumstances to winning the bronze medal at the Beijing Paralympics in 2008...

SPINCentre uploaded a video

paddle
3 years ago • 12 views

SPINCentre uploaded a video

SPIN Tour
3 years ago • 117 views
A look at the work going on at the Sport Innovation Centre (SPIN) at the Pacific Institute of Sports Excellence (PISE).

SPINCentre uploaded a video

Eighth International Meeting for Manikins and Modeling (8IM)
3 years ago • 66 views
Eighth International Meeting for Manikins and Modeling (8IM) held at Pacific Institute for Sport Excellence (PISE). Hosted by the Sport Innovation Centre (SPIN) August 22-26, 2010.

SPINCentre uploaded a video

Xsens Motion Capture Suit/Physiotherapy & Rehabilitation
4 years ago • 1,291 views
SHAW Daily: Health and Wellness Report (Victoria BC) - Sport Innovation Centre

SPINCentre uploaded a video

SPIN at PISE Xsens 3D Motion Tracking Demonstration
4 years ago • 1,540 views
Story coverage from A-Channel in Victoria, BC.

SPINCentre uploaded a video

<https://www.youtube.com/user/SPINCentre/feed>

Popular channels on YouTube

- HolsSoyGerman**
- PewDiePie**
- OneDirectionVEVO**
- Smosh**
- RihannaVEVO**
- JennaMarbles**

1/2

Annexe 3 (suite)

Pièce B

8/8/2014 Sport Innovation Centre (SPIN) - YouTube

SPIN at PISE Xsens 3D Motion Tracking Demonstration
4 years ago · 731 views
Story coverage from CHEK TV in Victoria, BC
2:05

SPINCentre uploaded a video

SPIN Textile Testing Introduction
4 years ago · 774 views
Textile testing capability of the Sport Innovation Centre (SPIN) at Pacific Institute for Sport Excellence (PISE).
3:18

YouTube Language: English Country: Worldwide Safety: Off Help

About Press & Blogs Copyright Creators & Partners Advertising Developers +YouTube
Terms Privacy Policy & Safety Send feedback Try something new!

<https://www.youtube.com/user/SPINCentre/feed> 2/2