



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

**Référence : 2016 COMC 17**  
**Date de la décision : 2016-01-26**  
**[TRADUCTION CERTIFIÉE,**  
**NON RÉVISÉE]**

**DANS L'AFFAIRE DES OPPOSITIONS**

**Trustedpros Inc.**

**Opposante**

et

**S & E Trusted Online Directories Inc.**

**Requérante**

**1,620,834 pour la marque de commerce**  
**TRUSTED**

**Demandes**

**1,620,835 pour la marque de commerce**  
**TRUSTED & Dessin**

[1] Trustedpros Inc. (l'Opposante) s'oppose à l'enregistrement des marques de commerce TRUSTED et TRUSTED & DESSIN (reproduite ci-dessous) (parfois appelées collectivement ci-après les Marques) qui font l'objet des demandes d'enregistrement n<sup>os</sup> 1,620,834 et 1,620,835 respectivement.



[2] Les demandes ont d'abord été produites par 101171476 Saskatchewan Ltd. (476 SK Ltd) le 2 avril 2013. À la suite d'une fusion de 476 SK Ltd et de Monkey Hanger Marketing & Sales

Ltd. (Monkey Hanger) qui a eu lieu subséquemment, les demandes d'enregistrement des Marques sont aujourd'hui la propriété de S & E Trusted Online Directories (la Requérante).

[3] Les demandes sont fondées sur l'emploi des Marques au Canada depuis le 19 janvier 2011 en liaison avec les services suivants :

[TRANSLATION]

Offre d'un site Web contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance. (les Services)

[4] L'Opposante a produit des déclarations d'opposition en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi) dans lesquelles elle invoque des motifs d'opposition fondés sur les articles 2 (absence de caractère distinctif); 12 (non-enregistrabilité); et 30 (non-conformité) de la Loi.

[5] Pour les raisons exposées ci-dessous, les oppositions sont accueillies.

#### Le dossier

[6] Les demandes ont été annoncées aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 12 décembre 2014.

[7] L'Opposante s'est opposée à chaque demande dans une déclaration d'opposition produite auprès du registraire le 3 avril 2014. Le 17 juin 2014, dans chaque cas, la Requérante a produit et signifié une contre-déclaration dans laquelle elle conteste l'ensemble des motifs d'opposition formulés dans les déclarations d'opposition.

[8] À l'appui de chacune de ces oppositions, l'Opposante a produit les affidavits de Gerald Maxwell Sheppard, propriétaire, exploitant et PDG de l'Opposante, souscrit le 9 octobre 2014 et de Gina Cluett, commis aux marques de commerce au sein du cabinet qui représentait antérieurement l'Opposante dans ces procédures, souscrit le 15 octobre 2014. J'utiliserai le singulier pour faire référence aux deux affidavits (un par dossier) de chacun de ces déposants puisqu'ils sont pratiquement identiques.

[9] À l'appui de chacune de ses demandes, la Requérante a produit l'affidavit de Sara Gulliford (née Wheelright), propriétaire de la Requérante, souscrit le 12 février 2015. J'utiliserai

le singulier pour faire référence aux deux affidavits de Mme Gulliford, puisqu'ils sont pratiquement identiques.

[10] Aucun contre-interrogatoire n'a été mené.

[11] Les parties ont toutes deux produit des plaidoyers écrits et étaient toutes deux représentées à l'audience qui a été tenue. Quelques jours avant la tenue de l'audience, l'Opposante a demandé l'autorisation de produire une déclaration d'opposition modifiée dans chaque cas, à laquelle la Requérante s'est opposée. Lors de l'audience, j'ai fait savoir aux parties que je rendrais ma décision concernant l'autorisation de produire une demande modifiée à l'étape de la décision. J'examinerai donc d'abord cette question.

Question préliminaire – demande d'autorisation de produire une déclaration d'opposition modifiée

[12] L'Opposante soutient essentiellement qu'elle modifie chacune de ses déclarations d'opposition afin de clarifier qu'une objection fondée sur l'article 10 devrait plutôt être fondée sur les articles 12(1)e) et 38(2)d) de la Loi. Au départ, l'Opposante a allégué ce qui suit au paragraphe 5 de chacune de ses déclarations d'opposition :

[TRADUCTION]

L'Opposante base son opposition sur les motifs fondés sur l'article 38(2)c) de la Loi, à savoir que la Requérante, une entité fusionnée connue autrefois sous le nom de la société de portefeuille 101171476 Saskatchewan Ltd., savait ou aurait dû savoir qu'elle n'avait pas le droit d'enregistrer la marque de commerce puisque, en vertu de l'article 10 de la Loi, le mot « TRUSTED » [digne de confiance] en est venu à être reconnu par les consommateurs comme une désignation de la qualité des services censément offerts sous la marque de commerce. Précisément, par une utilisation commerciale courante, les consommateurs en sont venus à reconnaître que lorsqu'un commerçant offre des [TRADUCTION] « services de répertoire en ligne » TRUSTED [digne de confiance] au nom d'autres entreprises, ces entreprises auront été examinées minutieusement et/ou cotées par le public consommateur, par des expériences personnelles, ou par le commerçant lui-même, et ces entreprises sont « dignes de confiance » [trusted] pour la prestation de leurs services ou l'offre de leurs produits, comme annoncés et sont responsables.

[13] Sous sa forme modifiée proposée, le paragraphe 5 se lit comme suit :

[TRADUCTION]

L'Opposante base son opposition sur les motifs fondés sur l'article 38(2)b) de la Loi, à

savoir que la Requérente, ~~une entité fusionnée connue autrefois sous le nom de la société de portefeuille 101171476 Saskatchewan Ltd.~~, savait ou aurait dû savoir qu'elle n'avait pas le droit d'enregistrer la marque de commerce puisque, marque de commerce TRUSTED [ou TRUSTED & Dessin, selon le cas] n'est pas enregistrable en vertu de l'article 12(1)e de la Loi, en ce sens que la marque de commerce TRUSTED [ou l'élément TRUSTED, selon le cas] est une marque dont l'adoption est interdite en vertu de l'article 10 de la Loi. En vertu de l'article 10 de la Loi, le mot « TRUSTED » [digne de confiance] est devenu reconnu par les consommateurs comme une désignation de la qualité des services censément offerts sous les marques de commerce. Précisément, par une utilisation commerciale courante, les consommateurs en sont venus à reconnaître que lorsqu'un commerçant offre des [TRADUCTION] « services de répertoire en ligne » TRUSTED [digne de confiance] au nom d'autres entreprises, ces entreprises auront été examinées minutieusement et/ou cotées par le public consommateur, par des expériences personnelles, ou par le commerçant lui-même, et ces entreprises sont « dignes de confiance » [trusted] pour la prestation de leurs services ou l'offre de leurs produits, comme annoncés et sont responsables.

[14] Considérant que dans chaque cas, la déclaration d'opposition nie, [TRADUCTION] « à l'égard du paragraphe 5 [...], que le mot « trusted » [digne de confiance] est une désignation de qualité en ce qui concerne les répertoires en ligne », je conviens avec l'Opposante qu'il est raisonnable de conclure que la Requérente était au courant de la cause à instruire, à savoir que la Requérente a interprété la déclaration d'opposition d'origine comme la présentation d'un motif d'opposition fondé sur les articles 12(1)e) et 10, ce qui, selon l'Opposante, était l'intention première de l'Opposante. La question du paragraphe 5 est celle de savoir si les Marques sont interdites en vertu de l'article 10. L'article 10 est clair et évident.

[15] Dans ces circonstances, j'accorde à l'Opposante l'autorisation de modifier ses déclarations d'opposition telles que produites et signifiées dans chaque cas le 27 novembre 2015.

#### Le fardeau de preuve incombant à chacune des parties

[16] C'est à la Requérente qu'incombe le fardeau ultime d'établir, selon la prépondérance des probabilités, que chacune de ses demandes est conforme aux exigences de la Loi. Il incombe toutefois à l'Opposante de s'acquitter du 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<sup>re</sup> inst); et *Dion Neckwear Ltd c Christian Dior, SA et al* (2002), 2002 CAF 29, 20 CPR (4th) 155 (CAF)].

## Aperçu de la preuve

[17] Je dois préciser, à ce stade de ma décision, que je n'accorde aucun poids aux déclarations des déposants qui constituent des opinions personnelles sur le bien-fondé de ces procédures. De plus, seuls les faits les plus saillants seront mentionnés.

### La preuve de l'Opposante

#### L'affidavit de M. Sheppard

[18] Comme susmentionné, M. Sheppard est le propriétaire et PDG de l'Opposante.

[19] Aux paragraphes 2 à 15 de son affidavit, M. Sheppard fait un survol de l'historique de l'entreprise de l'Opposante. L'entreprise actuelle de l'Opposante a d'abord été fondée sous le nom « Handy Canadian » en 2004 et a été constituée en société sous le nom « Handy Canadian Inc. » en 2006.

[20] M. Sheppard affirme qu'il a fondé et enregistré *www.trustedpros.ca* en décembre 2012 et a fait l'achat de *www.trustedpros.com* et *www.trustedprofessionals.com* du propriétaire précédent en janvier 2013. Il explique qu'une fois les noms de domaine obtenus, il a entrepris la transition de Handy Canadian vers TrustedPros. La dénomination commerciale TrustedPros a été enregistrée le 4 février 2013 et le changement de nom officiel pour TrustedPros Inc. a été enregistré en juin 2013.

[21] Le changement de positionnement est expliqué par l'impression grandissante au sein des consommateurs que l'entreprise Handy Canadian était axée uniquement sur les services de bricoleurs [handyman]. M. Sheppard explique qu'il désirait mieux refléter la gamme de services professionnels offerts par l'intermédiaire du site Web. Il explique également que l'Opposante a reçu une lettre de mise en demeure de la part de la Requérente en janvier 2014 l'informant que la Requérente était [TRADUCTION] « la propriétaire et la responsable du développement de la marque de commerce TRUSTED [...] employée en liaison avec un service d'assurance de la qualité et de références ».

[22] Aux paragraphes 15 à 21 de son affidavit, M. Sheppard décrit plus en détail l'entreprise de l'Opposante. Il affirme que la nature du commerce de l'Opposante n'a pas changé des activités exercées sous le nom « Handy Canadian Inc. ». Depuis le début, l'objectif principal de l'Opposante a toujours été d'offrir aux consommateurs une ressource en ligne permettant de trouver des professionnels fiables et dignes de confiance dans les domaines de la rénovation et de la construction par région géographique. Il explique que, à l'instar de nombreuses autres entreprises en ligne offrant le même genre de services, la proposition aux consommateurs d'une sélection de professionnels ayant fait l'objet d'une vérification minutieuse et cotés en raison de leur fiabilité, de leur professionnalisme et du fait qu'ils sont dignes de confiance est un élément clé du modèle d'entreprise de l'Opposante.

[23] M. Sheppard affirme que l'Opposante compte 63 000 membres propriétaires actifs et reçoit en moyenne 150 000 visites chaque mois sur son site Web *www.trustedpros.ca*.

[24] Aux paragraphes 21 à 24 de son affidavit, M. Sheppard fournit plus de renseignements concernant les noms de domaine et les marques de commerce de l'Opposante. Il explique que l'Opposante s'est toujours associée à la notion et aux principes commerciaux de confiance [TRUST]. Il affirme que le mot TRUST [confiance] est employé par le site Web de Handy Canadian/TrustedPros depuis au moins aussi tôt qu'octobre 2006. En plus de l'emploi de TRUSTEDPROS, l'Opposante a employé les termes TRUST [confiance] et TRUSTWORTHY [digne de confiance], de même que les phrases suivantes [TRADUCTION] :

- « HandyCanadian.com est un site *digne de confiance* [trusted] utilisé par les consommateurs pour joindre des entrepreneurs dignes de confiance [trusted] et fiables pour leurs rénovations. »
- « Des entrepreneurs, plombiers, électriciens, constructeurs, hommes à tout faire et autres employés locaux de premier ordre et *dignes de confiance* [trusted] sont prêts à rivaliser pour répondre à vos besoins dès maintenant. »
- « Trouvez des entrepreneurs *dignes de confiance* [Trusted]. »
- « Trouvez des entrepreneurs locaux *dignes de confiance* [Trusted]. »
- « Pour vous aider à trouver des entrepreneurs *dignes de confiance* [Trusted]. »

(Soulignement ajouté) [pièce E de l'affidavit de M. Sheppard]

[25] Aux paragraphes 24 à 27 de son affidavit, M. Sheppard fournit des renseignements sur les ventes et la publicité de l'Opposante. L'Opposante compte présentement plus de 21 000 entrepreneurs membres et au moins 750 abonnés « premium » payants par année civile avec un coût moyen par abonnement de 526,00 \$. Le revenu total de l'Opposante pour l'année 2013 était de 395 640,00 \$. La valeur et le volume total de publicité de l'Opposante au Canada pour l'année 2013 était d'environ 30 000,00 \$, avec des prévisions de 38 000,00 \$ pour l'année 2014.

#### L'affidavit de Mme Cluett

[26] Comme susmentionné, Mme Cluett est commis aux marques de commerce au sein du cabinet qui représentait antérieurement l'Opposante.

[27] Aux paragraphes 2 à 11 de son affidavit, Mme Cluett décrit brièvement, conformément au témoignage de M. Sheppard, l'entreprise de l'Opposante et fait référence à la lettre de mise en demeure reçue par l'Opposante de la part de la Requérante. Elle fournit des renseignements supplémentaires à l'égard des mesures prises par l'Opposante à la suite de cette lettre, à savoir les lettres de réponse envoyées par son cabinet.

[28] Aux paragraphes 15 à 19 de son affidavit, Mme Cluett expose les mesures qu'elle a prises en octobre 2014 pour mener une recherche en ligne dans les dossiers du Bureau canadien des marques de commerce pour des marques comportant l'élément « TRUSTED » [digne de confiance] en liaison avec des [TRADUCTION] « services d'assurance de la qualité et de références » et une [TRADUCTION] « offre d'un site Web contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance », de même qu'une recherche dans Internet à l'aide des termes suivants : « trusted » [digne de confiance]; « trusted Canada » [digne de confiance Canada]; « trusted businesses » [entreprises dignes de confiance] et « trusted referrals Canada » [références dignes de confiance Canada].

[29] Aux paragraphes 19 à 22 de son affidavit, Mme Cluett expose les mesures qu'elle a prises en avril 2014 pour retracer l'historique de l'entreprise de la Requérante.

## La preuve de la Requérante

### L'affidavit de Mme Gulliford

[30] Comme susmentionné, Mme Gulliford est la propriétaire de la Requérante.

[31] Mme Cluett décrit d'abord l'entreprise de la Requérante. Au paragraphe 2 de son affidavit, elle explique que la Requérante [TRADUCTION] « a pour objectif de fournir un site Web en ligne comprenant un répertoire d'entreprises locales, responsables et dignes de confiance ».

[32] Aux paragraphes 3 à 9 de son affidavit, Mme Cluett fait un survol de l'historique de l'entreprise de la Requérante. Elle affirme que le 1<sup>er</sup> juillet 2010, ou aux alentours de cette date, elle a commencé à prendre des mesures concrètes pour créer la Requérante en faisant l'acquisition et en enregistrant les noms suivants : *www.trustedcanada.com*; *www.trustedsaskatoon.com*; et *www.trustedregina.com*. À l'automne 2010, elle a obtenu des noms de domaines dans d'autres grandes villes canadiennes pour conserver la possibilité d'une expansion future. Cet automne-là, elle a également constitué en société 476 SK Ltd. Le 11 octobre 2011, ou aux alentours de cette date, elle a constitué en société Monkey Hanger. Le 30 octobre 2013, ou aux alentours de cette date, elle a constitué la Requérante en société. Comme susmentionné, la Requérante est née de la fusion de 476 SK Ltd et de Monkey Hanger.

[33] Aux paragraphes 9 à 15 de son affidavit, Mme Cluett [sic] traite de la question d'emploi des Marques. Elle affirme que depuis la création de l'entreprise de la Requérante, la Requérante et ses prédécesseurs en titre emploient les Marques en liaison avec le service d'un site Web contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance. Elle affirme également que les Marques figurent sur le site Web même, et dans la documentation associée à la Requérante et à ses prédécesseurs en titre; les Marques représentent l'identité visuelle de l'entreprise et du service offert.



## Analyse des motifs d'opposition

### Motif d'opposition fondé sur l'article 30a)

[34] L'Opposante a allégué que chacune des demandes d'enregistrement de la Requérante n'est pas conforme à l'article 30a) de la Loi, parce que l'état déclaratif des Services [TRADUCTION] « est imprécis, trop général et n'est pas dressé dans les termes ordinaires du commerce des services en question. »

[35] La date pertinente pour examiner les circonstances en ce qui concerne ce motif d'opposition est la date de la production des demandes d'enregistrement.

[36] Lors de l'audience, l'Opposante a soutenu que l'état déclaratif des Services ne reflète pas exactement les activités exercées par la Requérante. L'Opposante a souligné que dans la lettre de mise en demeure susmentionnée, les services de la Requérante ont été décrits par les agents de marques de commerce et les représentants de la Requérante comme un [TRADUCTION] « service en ligne d'assurance de la qualité et de références » plutôt que comme un répertoire en ligne. L'Opposante a apparemment également exprimé son désaccord avec le fait que Mme Gulliford indique au paragraphe 13 de son affidavit que les Services de la Requérante sont offerts sans frais aux clients potentiels.

[37] En plus de s'éloigner sans doute du motif d'opposition tel qu'il est invoqué dans chacune de ses déclarations d'opposition modifiées, les observations de l'Opposante ne lui permettent pas de s'acquitter de son fardeau de preuve initial. En effet, les observations sont insuffisantes pour mettre en doute l'exactitude des revendications énoncées dans chacune des demandes de la Requérante.

[38] Je me contenterai de dire que dans son affidavit, Mme Gulliford fait toujours référence aux services de la Requérante comme ils sont décrits dans les demandes en l'espèce, c'est-à-dire comme un [TRADUCTION] « site Web contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance ». Elle explique également que [TRADUCTION] :

2. [...] Le service ne se limite pas à une simple liste d'entreprises exerçant leurs activités dans la région; [la Requérante] travaille avec des entreprises clientes potentielles pour

d'abord déterminer si elles démontrent l'engagement envers le service à la clientèle et la qualité nécessaires pour être inscrite au répertoire [de la Requérante]. Celles qui répondent aux critères et aux normes [de la Requérante] sont alors inscrites sur les sites Web [de la Requérante] en tant qu'entreprises de service approuvées. Grâce à ce processus, [la Requérante] est en mesure de compiler un groupe d'entreprises commerciales dignes de confiance disponibles pour le public. Le répertoire [de la Requérante] est principalement basé sur Internet, et par conséquent accessible de partout au Canada.

[...]

13. D'abord en tant que 476 SK Ltd, puis sous la fusion qui a formé [la Requérante], nous offrons un site Web en ligne contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance. Les services viennent en aide à des consommateurs potentiels sans frais. Nos clients sont les entreprises qui respectent nos normes de responsabilité. Le 28 janvier 2011, ou aux alentours de cette date, nous avons conclu un accord avec notre premier client. Une copie certifiée conforme de cet accord est jointe et indiquée en pièce J.

14. [La Requérante] compte maintenant environ 169 entreprises clientes.

[39] En conséquence, le motif d'opposition fondé sur l'article 30a) est rejeté dans chaque cas.

Motif d'opposition fondé sur l'article 30b)

[40] L'Opposante a allégué que chacune des demandes d'enregistrement de la Requérante n'est pas conforme à l'article 30b) de la Loi, parce que, à la date de production des demandes, [TRADUCTION] « la Requérante, une entité fusionnée connue autrefois sous le nom de la société de portefeuille [476 SK Ltd] n'avait pas employé les [Marques] en liaison avec [les Services] depuis la date de premier emploi revendiquée, à savoir le 19 janvier 2011. »

[41] La date pertinente pour examiner les circonstances en ce qui concerne ce motif d'opposition est la date de la production des demandes d'enregistrement.

[42] Le fardeau initial qui incombe à l'Opposante est léger en ce qui concerne la question de non-conformité à l'article 30b), car les faits concernant le premier emploi de la Requérante sont particulièrement connus de la Requérante [voir *Tune Masters c Mr P's Mastertune Ignition Services Ltd* (1986), 10 CPR (3d) 84 (COMC) à la p 89]. L'Opposante peut s'acquitter de ce fardeau au moyen non seulement de sa propre preuve, mais aussi de la preuve de la Requérante [voir *Labatt Brewing Co c Molson Breweries, a Partnership* (1996), 68 CPR (3d) 216 (CF 1<sup>re</sup> inst) à la p 230]. Dans les cas où un opposant s'est appuyé sur la preuve du requérant pour

s'acquitter de son fardeau de preuve à l'égard d'un motif d'opposition fondé sur l'article 30b), il a été statué que pour ce faire, l'opposant doit démontrer que la preuve du requérant met en doute les revendications figurant dans la demande du requérant [voir *Corporativo de Marcas GJB, SA de CV c Bacardi & Company Ltd*, 2014 CF 323 aux para 30 à 38 (CanLII)].

[43] En l'espèce, l'Opposante s'appuie sur la preuve produite par Mme Cluett, en plus de celle produite par la Requérante même, par voie de l'affidavit de Mme Gulliford.

[44] Considérant d'abord la preuve produite par l'Opposante par l'intermédiaire de l'affidavit de Mme Cluett, l'historique de l'entreprise de la Requérante peut être résumé comme suit :

- 476 SK Ltd a été constituée en société de portefeuille le 8 octobre 2010. Elle a fusionné pour devenir S & E Trusted Online Directories Inc. le 30 avril 2013;
- 101171469 Saskatchewan Ltd. (469 SK Ltd) a été constituée en société de portefeuille le 8 octobre 2010.
- Monkey Hanger a été constituée en société le 11 octobre 2011. La nature du commerce est décrite comme des services de [TRADUCTION] « commercialisation, ventes et médias ». Elle a fusionné pour devenir S & E Trusted Online Directories Inc. le 30 avril 2013;
- S & E Trusted Online Directory a été enregistrée comme dénomination commerciale d'une société en nom collectif le 9 décembre 2010. Ses partenaires sont identifiés comme 469 SK Ltd et S & E Trusted Online Directories Inc. La nature de la société en nom collectif est décrite comme [TRADUCTION] « un répertoire en ligne qui offre aux consommateurs des renseignements sur la façon de trouver des produits et services ». La société en nom collectif a été dissoute le 30 avril 2013; et
- S & E Trusted Online Directories Inc. est le résultat de la fusion de 476 SK Ltd et Monkey Hanger le 30 avril 2013. La nature de son commerce est décrite comme [TRADUCTION] « un répertoire en ligne qui offre aux consommateurs des renseignements sur la façon de trouver des produits et services ».

[voir le para 19 de l'affidavit de Mme Cluett, et la pièce H qui y est jointe et qui est composée de copies des entrées du registre des entreprises de la Saskatchewan pour les entités susmentionnées].

[45] Selon les renseignements tirés des archives en ligne de la WayBack Machine, *www.webarchive.org*, à l'égard du site Web de la Requérante, *www.trustedcanada.com*, les entités suivantes semblent avoir employé les Marques sur un tel site Web entre le 30 janvier 2011 et le 7 février 2013 : Trusted, Trusted Canada et/ou S & E Trusted Online Directory [voir les paras 21 et 22 de l'affidavit de Mme Cluett, et la pièce I qui y est jointe et qui est composée de copies d'imprimés des pages Web archivées consultées par Mme Cluett].

[46] En ce qui a trait à la preuve de la Requérante, l'historique de l'entreprise de la Requérante exposé aux paragraphes 3 à 8 de l'affidavit de Mme Gulliford ne mentionne pas Trusted, Trusted Canada et S & E Trusted Online Directory. Cependant, après l'examen de la pièce D qui y est jointe, laquelle Mme Gulliford décrit comme une copie certifiée conforme des documents de fusion produits dans le cadre de la création de la Requérante, je remarque qu'un document intitulé [TRADUCTION] « Déclaration de dissolution de société en nom collectif – formulaire C » produit auprès du registre des entreprises de la Saskatchewan le 30 avril 2013 fait référence à la dénomination commerciale S & E Trusted Online Directory. Le document indique que 476 SK Ltd a été [TRADUCTION] « associée comme partenaire/partenaires d'une société en nom collectif sous la [dite] dénomination commerciale enregistrée » et « ladite société en nom collectif a été dissoute le 31<sup>E</sup> jour du mois de décembre 2011 ».

[47] La copie certifiée conforme du premier accord conclu le 28 janvier 2011 et jointe en pièce J de l'affidavit de Mme Gulliford fait également référence à S & E Trusted Online Directory comme suit :

[...] Le signataire de cet accord comprend et accepte que l'entreprise est liée et responsable en vertu des conditions générales énoncées au verso de cet accord conclu avec S & E Trusted Online Directory.

[48] L'accord d'une seule page désigne Sara Wheelwright (c'est-à-dire Mme Gulliford) comme [TRADUCTION] « représentante de Trusted » et l'en-tête du document fait référence au site Web *trustedcanada.com*.

[49] Les captures d'écran de la page Facebook de Saskatoon Trusted jointes en pièce E et d'autres captures d'écran concernant le site Web *trusted Saskatoon.com* produites en pièces F, G et H de l'affidavit de Mme Gulliford font référence aux entités Trusted Saskatoon et/ou Trusted Canada.

[50] Mme Gulliford n'explique nulle part dans son affidavit la relation qui existe entre la Requérante et Trusted, Trusted Canada, Trusted Saskatoon, et S & E Trusted Online Directory. Bien qu'il y ait des renseignements concernant les entités qui composent la société en nom collectif S & E Trusted Online Directory, l'historique de cette société en nom collectif exposé dans les affidavits de Mme Cluett et de Mme Gulliford semble se contredire. De plus, aucune de ces entités n'a été décrite comme un prédécesseur en titre de la Requérante (et nommée ainsi dans les demandes de la Requérante), ou une licenciée dûment autorisée en vertu de l'article 50 de la Loi.

[51] Je suis d'accord avec l'Opposante pour dire que la question de savoir quelle entreprise a été la première à employer les Marques au Canada est une question ouverte; ces ambiguïtés doivent être tranchées à l'encontre de la Requérante.

[52] En conséquence, le motif d'opposition fondé sur l'article 30*b*) est accueilli dans chaque cas.

Motif d'opposition fondé sur l'article 30*i*)

[53] L'Opposante a allégué que chacune des demandes d'enregistrement de la Requérante n'est pas conforme à l'article 30*i*) de la Loi, parce que [TRADUCTION] « la Requérante ne pouvait être convaincue d'avoir le droit d'employer [chacune des Marques] en liaison avec les [Services] puisque, à la date de production des demandes, elle était au courant ou aurait dû être au courant de l'adoption, de l'emploi et de l'enregistrement antérieurs de marques de commerce ou noms commerciaux composés du terme TRUSTED [digne de confiance] pour emploi en liaison avec des services liés à l'offre de répertoires en ligne et à des produits et services de référence et d'assurance de la qualité ».

[54] Cependant, le simple fait que la Requérante puisse avoir été au courant de l'existence d'autres marques de commerce ou noms commerciaux composés du terme TRUSTED [digne de confiance] ne l'empêche pas de faire la déclaration exigée par l'article 30*i*) de la Loi dans chacune de ses demandes.

[55] Lorsqu'un requérant a fourni la déclaration exigée par l'article 30*i*), un motif d'opposition fondé sur l'article 30*i*), même lorsqu'il est plaidé correctement, ne devrait être accueilli que dans des circonstances exceptionnelles, comme lorsqu'il existe une preuve que le requérant est de mauvaise foi [voir *Sapodilla Co Ltd c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC)]. Il n'y a pas la moindre preuve de ce genre en l'espèce. Contrairement à l'opinion de l'Opposante présentée dans son plaidoyer écrit, le fait que la Requérante même a employé le terme « trusted » [digne de confiance] comme une description des Services ne suffit pas en soi pour conclure à une preuve de mauvaise foi à l'égard de la production des demandes en l'espèce.

[56] En conséquence, le motif d'opposition fondé sur l'article 30*i*) est rejeté dans chaque cas.

Le motif d'opposition de non-enregistrabilité fondé sur l'article 12(1)*b*) de la Loi

[57] L'Opposante a allégué que chacune des Marques n'est pas enregistrable en vertu de l'article 12(1)*b*) de la loi [TRADUCTION] « du fait que le mot “trusted” [digne de confiance] donne une description claire de la nature ou de la qualité des [Services]. Précisément, que la Requérante offre un répertoire en ligne composé d'une liste d'entreprises locales responsables et dignes de confiance [*trusted*]”. » [Soulignement ajouté par l'Opposante]

[58] La question de savoir si une marque donne une description claire doit être examinée du point de vue de l'acheteur moyen des produits ou services en liaison avec la marque. De plus, la marque ne doit pas être disséquée en éléments constitutifs et soigneusement examinée, mais il faut l'envisager sous l'angle de la première impression qu'elle donne [voir *Wool Bureau of Canada Ltd c le Registraire des marques de commerce* (1978), 40 CPR (2d) 25 (CF 1<sup>re</sup> inst); et *Atlantic Promotions Inc c le Registraire des marques de commerce* (1984), 2 CPR (3d) 183 (CF 1<sup>re</sup> inst)]. « Nature » signifie un attribut, un trait ou une caractéristique du produit et « claire » signifie « facile à comprendre, évident ou simple » [voir *Drackett Co of Canada Ltd c American Home Products Corp* (1968), 55 CPR 29 (C. de l'É.)].

[59] L'interdiction en ce qui a trait aux marques de commerce donnant une description claire vise à empêcher un commerçant de monopoliser un mot qui donne une description claire ou qui est habituellement employé dans le commerce, et de placer ainsi des commerçants légitimes dans une position désavantageuse [voir *Canadian Parking Equipment Ltd c Canada (le Registraire des marques de commerce)* (1990), 34 CPR (3d) 154 (CF 1<sup>re</sup> inst)].

[60] De plus, comme l'a mentionné le juge Martineau dans *Neptune SA c Canada (Procureur général)* (2003), 29 CPR (4th) 497 (CF 1<sup>re</sup> inst) au paragraphe 11 :

[TRADUCTION]

Afin de déterminer si une marque de commerce tombe sous cette exclusion [article 12(1)*b*]), le registraire doit non seulement tenir compte des éléments de preuve dont il dispose, mais également appliquer son sens commun à l'évaluation des faits. La décision concluant au caractère de description claire, ou encore de description fautive et trompeuse, est fondée sur sa première impression. Il ne doit pas considérer celle-ci isolément, mais à la lumière du produit ou service visé.

[61] La date pertinente pour l'examen de cette question est la date de production des demandes d'enregistrement des Marques [voir *Fiesta Barbecues Ltd c General Housewares Corp* (2003), 2003 CF1021 (CanLII), 28 CPR (4th) 60 (CF 1<sup>re</sup> inst)].

[62] L'Opposante soutient que l'authenticité de son allégation voulant que les Marques donnent « une description claire » de la nature et de la qualité des Services repose sur le fait que les Services ne peuvent être compris (ou avoir du sens) sans l'emploi de ce mot dans la description des Services ([TRADUCTION] « offre d'un site Web contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance [*trusted*] » ou d'un mot synonyme.

[63] L'Opposante souligne que, au paragraphe 3 de sa contre-déclaration dans chaque cas, la Requérante a affirmé que [TRADUCTION] « les services avec lesquels la Marque est associée est le mot *trusted* [digne de confiance], lequel n'est pas descriptif d'un répertoire d'un site Web ». L'Opposante soutient que cette interprétation est fallacieuse puisque le service n'est pas décrit comme un [TRADUCTION] « service de répertoire en ligne », mais plutôt comme une [TRADUCTION] « offre d'un site Web en ligne contenant un répertoire d'entreprises locales responsables et dignes de confiance [*trusted*] ». Le mot « *trusted* » [digne de confiance] et son

équivalent « accountable » [responsable] déterminent la nature essentielle des entreprises listées dans le répertoire.

[64] L'Opposante soutient également que la preuve est accablante, que le mot TRUSTED [digne de confiance] par son caractère laudatif et la fréquence de son emploi et par les autres mots dérivés de sa racine (TRUST [confiance]) comme le démontrent le registre des marques de commerce et le marché, témoigne du caractère inhérent des Services de la Requérante.

[65] L'Opposante soutient que le mot TRUSTED [digne de confiance] a été employé dans des marques de commerce de tiers et sur le marché en liaison avec de nombreux services d'authentification et de référence, comme pour les entreprises de la Requérante et de l'Opposante, et le fait d'autoriser l'enregistrement des demandes en l'espèce conférerait à la Requérante un droit de propriété exclusif sur un terme ouvert à tous.

[66] L'Opposante souligne qu'au paragraphe 16 de son affidavit, Mme Cluett a présenté un diagramme montrant un échantillon représentatif de marques de commerce (enregistrées) composées du mot « TRUSTED », fondées sur un emploi au Canada avant le 19 janvier 2011 (la date de premier emploi revendiquée par la Requérante pour les Marques) en liaison avec des services comme la réalisation d'enquêtes auprès du lectorat; des examens de produits de consommation, de classements et d'opinions; des services de certification et d'évaluation, etc. Ces marques comprennent TRUSTED BRAND; TRUSTED ADVISOR; TRUSTED CASINOS; TRUSTED WORLD; TRUSTED BUSINESS ADVISOR; etc. [Voir également les pièces E et F de l'affidavit de Mme Cluett]. L'Opposante souligne également que la pièce G de l'affidavit de Mme Cluett fournit la définition du mot TRUSTED [digne de confiance] et un échantillon des pages blanches des entreprises canadiennes. Le sens premier du mot « trust » [confiance] est [TRADUCTION] « ferme appui sur l'intégrité, la capacité ou le caractère d'une personne ou d'une chose ». L'Opposante souligne que le mot TRUSTED [digne de confiance] est employé de façon descriptive dans tout le matériel tiré des sites Web.

[67] L'Opposante souligne également que la propre preuve de la Requérante est également remplie d'emplois du mot TRUSTED [digne de confiance] dans la description de ses Services, comme le montrent les pièces jointes à l'affidavit de Mme Gulliford [TRADUCTION] :



- Pièce E : « Trouver des entreprises locales dignes de confiance [*trust*] »;
- Pièce F : « Le site Web aide à trouver des cabinets dignes de confiance[*trustworthy*] »;  
« Pas de requin sur ce site, que des entreprises de Saskatoon dignes de confiance [*trusted*]! »; « Trouver des entreprises locales dignes de confiance [*trust*] »;
- Pièces G et H « Bienvenue sur *trusted*saskatoon.com, où nous avons le plaisir de vous offrir des entreprises incontestablement locales, dignes de confiance [*trusted*], éprouvées et vérifiées, sur place, à Saskatoon »; « Les entreprises qui ont été choisies pour *trusted*saskatoon.com doivent respecter les CINQ GARANTIES DIGNES DE CONFIANCE [*trusted*] [...] Ainsi, nul besoin de croiser les doigts en espérant choisir la bonne entreprise. Quand *Trusted* donne son aval à l'égard d'une entreprise... vous pouvez être sûr d'avoir fait le bon choix! »

[Je remarque que pratiquement la même description se trouve sur les imprimés des pages Web archivées produits en pièce I de l'affidavit de Mme Cluett].

[68] La Requérante ne contredit pas que le mot TRUSTED [digne de confiance] a été employé par d'autres services de référence. Elle soutient dans son plaidoyer écrit que [TRADUCTION] :

Des marques de commerce ne sont pas inadmissibles simplement par leur utilisation d'adjectifs; le test consiste à déterminer si une marque s'approprie clairement la description des marchandises ou d'un service dans l'ensemble du contexte.

Dans les circonstances de l'espèce, [la Requérante] ne cherche pas à faire admettre une marque analogue à « RÉPERTOIRE EN LIGNE D'ENTREPRISES LOCALES EXAMINÉES MINUTIEUSEMENT ». [La Requérante] cherche à faire admettre une marque qui, comme l'a souligné l'Opposante, est partiellement employée par différents services de référence sans nuire aux conditions de cette marque. Dans la mesure où l'Opposante suggère que la Marque est redondante avec un mot qui se trouve dans la description, il s'agit d'une affaire qui relève plutôt d'une modification de description plutôt que d'un rejet de la Marque dans son ensemble.

[69] Lors de l'audience, la Requérante a admis qu'il ne fait aucun doute que le mot « *trusted* » [digne de confiance] est un adjectif de la langue courante. Cependant, elle a soutenu qu'en l'espèce, le mot TRUSTED [digne de confiance] est employé comme un nom pour identifier l'entreprise de la Requérante plutôt que comme un adjectif descriptif, lequel serait concerné par

l'interdiction visant à empêcher un commerçant de monopoliser un mot qui donne une description claire.

[70] J'estime que les arguments de la Requérante ne sont pas convaincants.

[71] Je suis plutôt d'accord de manière générale avec la position de l'Opposante exposée ci-dessus.

[72] J'estime qu'un parallèle peut être établi entre les causes en l'espèce et les décisions dans *S.C. Johnson & Son Ltd c Marketing International Ltd* (1979), 44 CPR (2d) 16 (CSC) et *Imperial Tobacco Ltd c Benson & Hedges (Canada) Inc* (1983), 75 CPR (2d) 115 (CF 1<sup>re</sup> inst), entre autres, citées par l'Opposante. Bien que longs, je reproduis ci-dessous quelques passages de ces deux décisions pour bien comprendre le fondement de la jurisprudence qui trouve son application en l'espèce :

- *S.C. Johnson & Son Ltd c Marketing International Ltd* [TRADUCTION] :

20 Dans les motifs de son jugement, le juge de première instance a déclaré (à la p. 24 [32 C.P.R. (2d)] :

...Il semble donc que le mot « off », associé le plus souvent avec d'autres mots, prenne un sens variable selon le contexte. Si on l'emploie elliptiquement, plusieurs sens sont possibles.

Cela étant, le mot « off » pris en lui-même, en l'absence de contexte, n'a pas de sens précis et en conséquence, il ne peut être « une description claire de la nature ou de la qualité des marchandises ou services en liaison avec lesquels (il) est employé », à moins qu'une explication ne soit fournie par d'autres mots, qui sont ici sous-entendus, donc laissés à l'imagination du lecteur.

Je conclus donc que le dépôt du mot « OFF! » a été régulièrement fait par la demanderesse du Wisconsin, que ce mot, suivi d'un point d'exclamation, a été « adapté » pour distinguer les produits du déposant et a atteint ce but.

21 Avec égards, j'estime que le savant juge de première instance a mal interprété l'emploi du mot « off » par la demanderesse. Il n'a pas tenu compte de l'élément essentiel suivant : le mot est employé elliptiquement à l'égard d'un insectifuge et, dans ce contexte, il décrit la marchandise ou son effet. Il a également omis de prendre en considération qu'en demandant l'enregistrement de la marque de commerce, Johnson U.S. réclamait en fait le droit exclusif d'utiliser un mot commun, couramment employé à l'égard de diverses marchandises ayant toutes la propriété de repousser quelque chose ou de s'en débarrasser.

La diversité et le nombre des marques de commerce qui se terminent par « off » et figurent actuellement au registre montrent à quel point cet emploi est répandu.

- *Imperial Tobacco Ltd c Benson & Hedges (Canada) Inc* [TRADUCTION] :

9 Dans les dictionnaires, le mot « Right » a un grand nombre de sens, mais lorsqu'il est utilisé comme marque de commerce en liaison avec des marchandises, les définitions les plus fréquentes sont notamment [TRADUCTION] « relatif à la qualité », « conforme à une norme ou à un principe », « convenable », « approprié », « satisfaisant aux exigences de la nécessité, de la justesse ou du caractère approprié », « possédant un caractère authentique », « très favorable, commode ou désiré », « avantageux », « de préférence ». Le thème commun à cette définition est [TRADUCTION] « convenable, approprié, désirable et satisfaisant ». Dans tous les termes, on retrouve l'idée de satisfaire à une certaine norme.

10 *Le Funk & Wagnalls Handbook of Synonyms and Antonyms* donne les synonymes suivants du mot « Right » employé comme adjectif : [TRADUCTION] « convenable, approprié, juste, bon, approprié parmi d'autres » et les antonymes « mauvais, malhonnête, malveillant, faux, impropre et incorrect », qui mettent l'accent sur le sens contraire du mot « Right ».

11 Ainsi, le mot « Right », tout comme le mot « Extra » qui a fait l'objet d'observations semblables dans l'affaire *Molson Companies Ltd. c John Labatt Ltd.* (1981), 58 C.P.R. (2d) 157 à la p 160, 129 D.L.R. (3d) 201, a une connotation louangeuse selon laquelle les marchandises modifiées satisfont à une norme précise et sont désirables et satisfaisantes.

12 Dans son commentaire à l'égard de cet extrait, le président de l'audience a dit qu'il a été jugé que le mot « Extra » pris isolément n'était pas enregistrable en liaison avec des marchandises, mais a omis d'ajouter que le mot « Extra » n'était pas enregistrable en liaison avec des marchandises parce qu'il mettait en valeur la nature ou la qualité des marchandises sous un aspect matériel.

13 Les mots qui par leur nature même ont une connotation louangeuse ont un caractère elliptique implicite qui décrit les marchandises avec lesquelles ils sont ou doivent être associés.

14 Dans l'affaire étudiée par le juge Pigeon dans l'arrêt *S.C. Johnson & Son Ltd. c Marketing Int'l. Ltd.* (1979), 44 C.P.R. (2d) 16, 105 D.L.R. (3d) 423, [1980], R.S.C. 99, le mot « Off » n'avait ni connotation louangeuse en lui-même ni un caractère descriptif, mais plutôt, dans le contexte des marchandises avec lesquelles il était associé, il ne pouvait avoir qu'un seul caractère elliptique. On ne pouvait juger que le mot « Off » était descriptif sans cette ellipse particulière.

15 La remarque du juge Mahoney, dans l'affaire *Thomson Research Associates Ltd. c le Registraire des marques de commerce* (1982), 67 C.P.R. (2d) 205 a porté sur ce sujet.

16 Comme dans l'affaire « Extra » ou *Molson c John Labatt*, susmentionnée, le mot « Right » a une connotation louangeuse semblable relativement aux marchandises avec lesquelles on projette de l'associer et l'on ne peut distinguer le présent appel de cette affaire.

17 Il s'ensuit que le mot « Right » utilisé comme marque de commerce en liaison avec des cigarettes est une description claire ou fausse et trompeuse de la nature ou de la qualité de ces marchandises et à ce titre, elle ne peut être enregistrée. »

[73] En l'espèce, je suis d'accord avec l'Opposante pour dire que chacune des Marques donne une description claire. Bien qu'elle ne donne pas une description de répertoire en ligne en soi, chacune des Marques donne une description claire de la caractéristique essentielle aux entreprises pour être inscrite au répertoire. Chacune des Marques ne fait pas que simplement suggérer une caractéristique du répertoire en ligne d'entreprises de la Requérante; elle donne une description claire de la condition principale, voire unique, pour l'inscription des entreprises au répertoire. Comme l'a souligné la Requérante même dans son plaidoyer écrit, la Requérante [TRADUCTION] « concentre ses références non pas sur le service offert par un partenaire commercial, mais distingue plutôt son partenaire commercial en examinant minutieusement son engagement à l'égard du service à la clientèle ».

[74] Contrairement à l'observation de la Requérante, la nature descriptive du mot TRUSTED [digne de confiance] n'est pas une affaire qui relève davantage d'une modification de description plutôt que d'un rejet des Marques dans leur ensemble. Pour faire l'objet d'un désistement, le mot doit faire partie d'une marque de commerce composée et il doit rester un élément distinctif qui permet de distinguer la marque dans son ensemble des autres marques. Ce n'est clairement pas le cas pour la marque verbale TRUSTED de la Requérante. Pour ce qui est de la marque de commerce TRUSTED & Dessin de la Requérante, j'estime que l'ajout d'un élément graphique composé d'un pouce levé n'a pas pour effet de rendre la marque enregistrable dans son ensemble.

[75] Le *Oxford Canadian Dictionary*, deuxième édition, définit « thumbs-up » [pouces levés] comme [TRADUCTION] « un signe de réussite ou d'approbation ». Le symbole de pouce levé est synonyme d'approbation. À ce titre, il est également descriptif de la caractéristique essentielle des Services. De plus, il fait directement référence à l'élément verbal TRUSTED [digne de confiance]. En fait, il l'intensifie. Lorsque la marque TRUSTED & Dessin est prononcée, à voix haute ou mentalement, ou lue, le consommateur moyen prononcerait la marque par le mot

dominant TRUSTED [digne de confiance]. Comme l'a affirmé le juge Russell dans *Engineers Canada/Ingénieurs Canada c Rem Chemicals, Inc* 2014 CF 644, [TRADUCTION] « Il ressort clairement de la jurisprudence que des mots clairement descriptifs ou faussement descriptifs “sous leur forme sonore” ne peuvent devenir enregistrables par l'ajout de composantes graphiques ».

[76] En conclusion, le fait que d'autres marques composées du mot « TRUSTED » [digne de confiance] soient inscrites au registre des marques de commerce n'est d'aucune utilité pour la Requérante. Je me contenterai de dire que les marques de commerce révélées par les recherches de Mme Cluett se composent seulement du mot TRUSTED [digne de confiance] et que chaque affaire doit être tranchée en fonction des circonstances qui lui sont propres.

[77] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)b) est accueilli dans chaque cas.

Le motif d'opposition de non-enregistrabilité fondé sur les articles 12(1)e) et 10 de la Loi

[78] Comme susmentionné, l'Opposante a allégué que chacune des Marques n'est pas enregistrable en vertu de l'article 12(1)e) de la loi du fait que la marque de commerce TRUSTED (ou l'élément TRUSTED [digne de confiance] selon le cas) est une marque dont l'admissibilité est interdite en vertu de l'article 10 de la Loi.

[79] La date pertinente pour l'examen de cette question est celle de ma décision [voir *Conseil canadien des ingénieurs professionnels c Groupe génie Inc* 2009 COMC 127, 78 CPR (4th) 126 (COMC); et *Assoc Olympique Canadienne c Olympus Optical Co* (1991), 38 CPR (3d) 1 (CAF)].

[80] Lors de l'audience, l'Opposante a soutenu que ses observations faites à l'égard du motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)b) appuient les motifs d'opposition fondés sur les articles 12(1)e) et 10.

[81] Cependant, je suis d'accord avec la position de la Requérante voulant que l'emploi courant d'un adjectif ne fasse pas de cet adjectif un terme d'une industrie.

[82] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur les articles 10 et 12(1)e) est rejeté dans chaque cas.

Le motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif

[83] L'Opposante a allégué que chacune des Marques n'est pas distinctive au sens de l'article 2 de la Loi en ce qu'elle [TRADUCTION] « ne distingue pas ni n'est pas adaptée à distinguer les [Services] de la Requérante des services d'autrui, y compris de ceux de l'Opposante ».

[84] La date pertinente pour l'examen des circonstances à l'égard d'un motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif est généralement la date de production de la déclaration d'opposition [voir *Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc* 2004 CF 1185 (CanLII), 34 CPR (4th) 317 (CF 1<sup>re</sup> inst)].

[85] Dans *Canadian Council of Professional Engineers c APA – The Engineered Wood Association* (2000), 7 CPR (4th) 239 (CF) à la p 235, le juge O'Keefe a affirmé que [TRADUCTION] « une marque de commerce qui donne une description claire ou une description fautive et trompeuse [est] nécessairement sans caractère distinctif ». J'ai déjà conclu que chacune des Marques donnait une description claire de la nature ou de la qualité des Services de la Requérante à la date de production des demandes et il m'est impossible d'arriver à une conclusion différente en ce qui concerne leur caractère descriptif inhérent ou acquis à la date de production des oppositions. L'affidavit de Mme Gulliford ne me permet pas de déterminer la mesure dans laquelle chacune des Marques a acquis un caractère distinctif suffisant au Canada à la date de production des oppositions de façon à permettre de distinguer les Services de la Requérante.

[86] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif est accueilli dans chaque cas.

## Décision

[87] Compte tenu de ce qui précède et dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je repousse les demandes d'enregistrement conformément aux dispositions de l'article 38(8) de la Loi.

---

Annie Robitaille  
Membre  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
Nathalie Tremblay, trad.

**COMMISSION DES OPPOSITIONS DES MARQUES DE COMMERCE  
OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA  
COMPARUTIONS ET AGENTS INSCRITS AU DOSSIER**

---

**DATE DE L'AUDIENCE : 2015-12-07**

**COMPARUTIONS**

Kathleen Lemieux

POUR L'OPPOSANTE

Robert J. Affleck

POUR LA REQUÉRANTE

**AGENT(S) INSCRIT(S) AU DOSSIER**

Borden Ladner Gervais LLP

POUR L'OPPOSANTE

McKercher LLP

POUR LA REQUÉRANTE