

TRADUCTION/TRANSLATION

AFFAIRE INTÉRESSANT L'OPPOSITION de CanWest Global Communications Corp. et Global Communications Ltd. à la demande numéro 1,003,659 produite par TV GLOBO LTDA. en vue de l'enregistrement de la marque de commerce GLOBO TV INTERNATIONAL et dessin

Le 29 janvier 1999, TV GLOBO LTDA. (la requérante) a demandé l'enregistrement de la marque de commerce GLOBO TV INTERNATIONAL et dessin illustrée ci-contre :



La demande d'enregistrement (la demande) est fondée sur l'emploi projeté de la marque au Canada en liaison avec les services suivants :

Agence de presse, télédiffusion, production télévisée, émissions télévisées, spectacles télévisés; divertissements télévisés sous forme de nouvelles, de téléromans, de séries, de sport, de spectacles et d'émissions de variété, tous distribués par télévision.

La requérante a modifié la demande pour y inclure le désistement du droit à l'emploi exclusif des mots « TV » et « INTERNATIONAL, et la demande a été annoncée pour opposition le 14 novembre 2001.

Le 11 janvier 2002, CanWest Global Communications Corp. et Global Communications Limited (collectivement appelées les opposantes) ont produit une déclaration d'opposition à l'enregistrement de la marque susmentionnée, dont copie a été transmise à la requérante le 22 janvier 2002. La requérante a déposé une contre-déclaration le 22 février 2002.

Les opposantes ont présenté en preuve l'affidavit de Scott McLeod.

La preuve de la requérante se composait de l'affidavit de Catherine Lemay, de copies certifiées conformes de la demande numéro 1,003,660 accompagnées de la feuille de vérification envoyée à l'auteur de la demande et de copies certifiées conformes de l'enregistrement des marques de commerce THE GLOBAL VOICE, GLOBAL CAMPUS et GLOBAL CHILDREN'S COUNCIL.

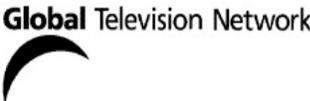
Les opposantes ont soumis un plaidoyer écrit. Une audience s'est tenue, à laquelle les opposantes seules étaient représentées.

Le premier motif d'opposition énonce qu'aux termes de l'al. 12(1)d) de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi), la marque en cause n'est pas enregistrable parce qu'elle crée de la confusion avec les huit marques déposées suivantes, propriété des opposantes (collectivement appelées les marques GLOBAL) :

Marque de commerce	N° et date d'enregistrement	Marchandises et services
--------------------	-----------------------------	--------------------------

<p>GLOBAL Design</p> 	<p>LMC494,576</p> <p>14 mai 1998</p>	<p>Marchandises : Bandes vidéo, films, cassettes et disques préenregistrés.</p> <p>Services : Services ayant trait à la création, production, planification et diffusion de messages et d'émissions de toutes sortes; services de télécommunications, notamment transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellite, câble coaxial, câble en fibres optiques ou autres moyen de télécommunications, avec ou sans encodage; transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellite, câble coaxial, câble en fibres optiques ou autre moyen de télécommunications, avec ou sans encodage, à l'intention d'entreprises et/ou du public pour leur réception et retransmission par radio, satellite, câble coaxial ou câble en fibres optiques, ou autre moyen de télécommunications.</p>
<p>GLOBAL NEWS et dessin</p> 	<p>LMC525,690</p> <p>23 mars 2000</p>	<p>Marchandises : Vidéocassettes préenregistrées, vidéodisques, bandes sonores et disques compacts, et films cinématographiques.</p> <p>Services : Services ayant trait à la création, production, planification et diffusion de messages et d'émissions de télévision; services de télécommunications, notamment transmission de messages et d'émissions de télévision par radio, satellites, câbles coaxiaux ou câbles de fibre optique, encodés ou non; transmission de messages et d'émissions de télévision par radio, satellite, câble coaxial, câble en fibres optiques, encodés ou non, [...] [destinés aux entreprises] et/ou du public, pour la réception de ces messages et émission et la retransmission par radio, satellites, câbles coaxiaux ou câbles de fibre optique.</p>

<p>GLOBAL Q & A</p>	<p>LMC520,607</p> <p>15 décembre 1999</p>	<p>Marchandises : Vidéocassettes, vidéodisques, bandes sonores et disques compacts et films cinématographiques préenregistrés.</p> <p>Services : Services ayant trait à la création, production, planification et diffusion de messages et d'émissions de télévision; services de télécommunication, notamment transmission de messages et d'émissions de télévision par radio, satellites, câbles coaxiaux ou câbles de fibre optique, encodés ou non; transmission de messages et d'émissions de télévision par radio, satellites, câble coaxiaux ou câbles de fibre optique, encodés ou non, [...] [destinés aux entreprises] et/ou pour le public, pour la réception de ces messages et émission et la retransmission par radio, satellites, câbles coaxiaux ou câbles de fibre optique.</p>
<p>GLOBAL TELEVISION NETWORK et dessin</p>  <p>Global Television Network</p>	<p>LMC200,674</p> <p>19 juillet 1974 (Radiée le 3 mars 2005)</p>	<p>Marchandises : Films, bandes vidéos, disques et cassettes.</p> <p>Services : exploitation d'un réseau de télévision, y compris création, production et télédiffusion de programmation de toute nature et de toute description à des fins de diffusion.</p>

<p>GLOBAL TELEVISION NETWORK et dessin</p> 	<p>LMC504,167</p> <p>17 novembre 1998</p>	<p>Marchandises : Bandes vidéo, films, cassettes et disques préenregistrés.</p> <p>Services : Création, production, planification et diffusion de messages et de programmes de toutes sortes; services de télécommunications, notamment transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par ondes radioélectriques, satellite, câbles coaxiaux, câbles en fibres optiques ou par d'autres moyens de télécommunications, comme le définit la <i>Loi sur les télécommunications</i> (Canada), L.C. 1993, ch. 38, chiffrés ou non; transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par ondes radioélectriques, satellite, câbles coaxiaux, câbles en fibres optiques ou par d'autres moyens de télécommunications, chiffrés ou non, destinés aux entreprises et/ou au public, pour leur réception et la retransmission par ondes radioélectriques, satellite, câbles coaxiaux, câbles en fibres optiques ou par d'autres moyens de télécommunications, comme le définit la <i>Loi canadienne sur les télécommunications</i> (Canada), L.C. 1993, ch. 38.</p>
<p>GLOBAL TELEVISION NETWORK et dessin</p> 	<p>LMC504,718</p> <p>27 novembre 1998</p>	<p>Marchandises : Bandes vidéo, films, cassettes et disques préenregistrés.</p> <p>Services : Création, production et diffusion de messages et d'émissions en tout genre, et établissement de leur horaire de diffusion; services de télécommunication, notamment transmission de messages et d'émissions en tout genre (codés ou non) par ondes radioélectriques, par satellite, par câble coaxial, par câbles en fibres optiques, ou par tout autre moyen de télécommunications aux termes de la <i>Loi sur les télécommunications</i> (Canada). L.C. 1993, ch. 38, et de ses modifications; transmission à une entreprise de télécommunications et/ou au grand public, de messages et d'émissions en tout genre (codés ou non), par ondes radioélectriques, par satellite, par câble coaxial, par câbles en fibres optiques, ou par tout autre moyen de télécommunications aux termes de la <i>Loi sur les télécommunications</i> (Canada). L.C. 1993, ch. 38, et de ses modifications.</p>

<p>GLOBAL A CANWEST COMPANY et dessin</p> 	<p>LMC495,529</p> <p>29 mai 1998</p>	<p>Marchandises : Bandes vidéo, films, cassettes et disques préenregistrés.</p> <p>Services : Services ayant trait à la création, production, planification et diffusion de messages et d'émissions de toutes sortes; services de télécommunications, notamment transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellites, câbles coaxiaux, câbles de fibre optique ou autres moyens de télécommunications, encodés ou non; transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellites, câble coaxial, câbles de fibre optique ou autres moyens de télécommunications, encodés ou non, [...] [destinés aux entreprises] et/ou au public, pour la réception de ces messages et émission et la retransmission par radio, satellites, câbles coaxiaux ou câbles de fibre optique, ou autres moyens de télécommunications.</p>
<p>GLOBALTV.COM</p>	<p>LMC540,987</p> <p>8 février 2001</p>	<p>Services : Création, production, planification et diffusion de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellite, câbles coaxiaux, câbles à fibres optiques, télématique interactive ou autres moyens de télécommunications, chiffrés ou non; transmission de messages et d'émissions de toutes sortes par radio, satellite, câbles coaxiaux, câbles à fibres optiques, télématique interactive, ou autres moyens de télécommunications, chiffrés ou non, à destination d'entreprises et/ou du public, pour leur réception et la retransmission par radio, satellite, câbles coaxiaux, câbles à fibres optiques, télématique interactive ou autres moyens de télécommunications.</p>

Les opposantes soutiennent dans leur deuxième motif que la requérante n'a pas droit à l'enregistrement, aux termes de l'al. 16(3)a) de la Loi, parce qu'à la date à laquelle elle a produit sa demande sa marque de commerce créait de la confusion avec les marques de commerce GLOBAL que les opposantes avaient employé avant elle au Canada.

Suivant le troisième motif d'opposition, la requérante n'a pas droit à l'enregistrement, aux termes de l'al. 16(3)b) de la Loi, parce qu'à la date à laquelle elle a produit sa demande sa marque de commerce créait de la confusion avec les marques de commerce GLOBAL, à l'égard

desquelles les opposantes avaient produit une demande d'enregistrement avant la requérante et qu'elles n'avaient pas abandonnées à la date de l'annonce concernant la demande de la requérante.

Le quatrième motif d'opposition énonce que la requérante n'a pas droit à l'enregistrement, aux termes de l'al. 16(3)c) de la Loi, parce qu'à la date à laquelle elle a produit sa demande sa marque de commerce créait de la confusion avec les noms commerciaux suivants que les opposantes employaient déjà au Canada : Global Television, Global Television Network, CanWest Global Broadcasting Inc., CanWest Global Communications Corp. et Global Communications Limited (collectivement appelés les noms commerciaux GLOBAL) et qu'elles n'avaient pas abandonnés à la date de l'annonce concernant la demande de la requérante.

Les opposantes invoquent enfin comme cinquième motif que la marque en cause ne distingue pas les marchandises et services de la requérante des leurs pas plus qu'elle n'est adaptée à les distinguer du fait qu'il existe un risque de confusion entre cette marque et les marques de commerce et noms commerciaux GLOBAL.

Preuve principale des opposantes

Dans l'affidavit qu'il a souscrit le 24 septembre 2002, M. McLeod se présente comme le directeur de la planification média et de la télévision chez Global Communications Limited, l'une des sociétés opposantes. Il a joint à l'affidavit des copies des données relatives aux enregistrements des marques de commerce GLOBAL figurant dans la base de données en ligne sur les marques de commerces canadiennes. Il déclare aussi, dans son affidavit, que les opposantes emploient les noms commerciaux Global Television et Global Television Network. La pièce B annexée à son affidavit est une copie d'un certificat d'enregistrement d'appellation commerciale daté du 5 juillet 2000 visant la dénomination GLOBAL TELEVISION NETWORK, inscrite au nom de Global Television Network Inc., entreprise qui, selon M. McLeod, est une filiale en propriété exclusive de l'opposante CanWest Global Communications Corp.

M. McLeod donne des renseignements sur les stations de télévision exploitées par les opposantes au Canada ainsi que sur les services de nouvelles et de divertissement retransmis dans tout le Canada par plus de 300 entreprises de cablodistribution dans les zones urbaines et, par satellite, dans les zones rurales et les régions éloignées.

M. McLeod fournit aussi des statistiques relatives à la part de marché des opposantes dans diverses zones urbaines au Canada. Il n'existe pas d'autre élément de preuve confirmant ces assertions de M. McLeod concernant l'effectif-télé spectateurs. La pièce C de l'affidavit McLeod renferme des échantillons représentatifs de papier à lettre des opposantes, d'annonces et de transcriptions radiophoniques faisant état de diverses marques de commerce GLOBAL.

M. McLeod a aussi fourni une estimation des dépenses publicitaires des opposantes, qu'il a chiffrées, pour les années 1999-2002, à plus de 30 millions de dollars (CAN) par année.

Preuve principale de la requérante

Catherine Lemay, étudiante employée par les agents de la requérantes, a joint à son affidavit la page du *Canadian Oxford Dictionary* comportant la définition de « global » ainsi que celle où aurait dû se trouver celle du mot « globo », mais où ce mot ne figure pas.

La requérante a également déposé en preuve des copies certifiées conformes de trois enregistrements de marques de commerce contenant le mot « global » et faisant état de services de télédiffusion ou de nouvelles dans leur liste de marchandises et services ainsi qu'une copie certifiée conforme de sa demande d'enregistrement numéro 1,003,660 visant le mot « GLOBO », fondée sur un emploi projeté au Canada en liaison avec des services d'agence de presse, télédiffusion, production télévisée, émissions télévisées, spectacles télévisés; divertissements télévisés sous forme de nouvelles, de téléromans, de séries, de sport, de spectacles et d'émissions de variété, tous distribués par télévision. Il y a lieu de signaler qu'à la date de la présente décision, la requérante a obtenu l'enregistrement de la marque de commerce « GLOBO », sous le numéro LMC586,834.

Motifs d'opposition

Paragraphe 38(2)b) - Confusion

La date pertinente pour l'examen du premier motif d'opposition, fondé sur l'al. 12(1)d) et relatif à la confusion avec une marque déposée, est la date à laquelle la décision est rendue (*Conde Nast Publications Inc. c. Canadian Federation of Independent Grocers* (1991), 37 C.P.R. (3d) 538). Les opposantes se sont acquittées de la charge initiale de preuve qui leur incombait à l'égard de ce motif, en déposant une copie de l'enregistrement des marques de commerce GLOBAL.

Le critère applicable en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Pour déterminer s'il y a confusion au sens du par. 6(2) de la Loi, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, et notamment de celles qui sont expressément énoncées au par. 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 marchandises, services ou entreprises;
- d) la nature du commerce;
- 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 à accorder à chacun de ces facteurs peut varier en fonction des circonstances (voir *Clorox Co. c. Sears Canada Inc.*, 41 C.P.R. (3d) 483 (C.F. 1^{re} inst.); *Gainers Inc. c. Tammy L. Marchildon et le Registraire des marques de commerce* (1996), 66 C.P.R. (3d) 308 (C.F. 1^{re} inst.)).

Le registraire doit tenir compte du fait que c'est à la requérante qu'il incombe de démontrer par prépondérance de preuve qu'il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion entre les marques en cause à la date pertinente.

Enfin, je signale que la marque déposée GLOBAL TELEVISION NETWORK et dessin (LMC200,674) a été radiée le 3 mars 2005, ce qui laisse sept marques GLOBAL invoquées au soutien de la présente opposition. Puisque la preuve des opposantes concerne principalement l'enregistrement LMC494,576, visant la marque GLOBAL Design, et qu'il n'y a pour ainsi dire aucun élément de preuve relatif à l'emploi des six autres marques déposées, l'examen du risque de confusion avec la marque GLOBAL Design déterminera le sort du premier motif d'opposition.

S'agissant du facteur prévu à l'al. 6(5)a) de la Loi, j'estime qu'aucune des marques ne possède un fort caractère distinctif inhérent. La marque GLOBO TV INTERNATIONAL et dessin de la requérante est formée d'un globe stylisé qui semble vu à travers un objectif, surmontant les mots « GLOBO », « TV » et « INTERNATIONAL ». GLOBO est un mot inventé, et la requérante s'est désistée du droit à l'emploi exclusif des mots TV et INTERNATIONAL. À mon avis, le dessin du globe n'accroît pas significativement le caractère distinctif de la marque puisqu'il suggère la portée mondiale des services de diffusion et de programmation télévisées. Je ne crois pas non plus que le graphisme des mots GLOBO et TV ajoute au caractère distinctif de la marque, car les caractères cursifs de fantaisie font intrinsèquement partie des mots (voir *Canadian Jewish Review Ltd. c. The Registrar of Trade-marks* (1961), 37 C.P.R. 89 (C.É.)). Comme il n'y a pas d'élément de preuve de l'emploi ou de la promotion de la marque de la requérante, je puis conclure qu'elle n'est pas devenue connue au Canada.

Quant à la marque GLOBAL Design, le mot GLOBAL suggère que les services des opposantes ont une portée mondiale, et la représentation du croissant de lune ne rend pas la marque significativement plus distinctive, selon moi. Il ressort du témoignage non contesté de M. McLeod que la marque GLOBAL Design des opposantes est devenue connue partout au Canada. Par conséquent, le facteur du caractère distinctif inhérent des marques de commerce et de leur degré de notoriété favorise la requérante.

La période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage favorise les opposantes. Quant aux facteurs prévus aux al. 6(5)c) et d) de la Loi, on peut dire que la nature des services des parties est en gros identique ou, à tout le moins, que les services se ressemblent beaucoup et qu'on peut présumer que les voies de commercialisation pourraient se recouper.

Quant au facteur prévu à l'al. 6(5)e) de la Loi, je relève que les marques se ressemblent peu dans la présentation ou le son. « Même s'il est vrai que les marques ne doivent pas être scindées lorsqu'il s'agit de se prononcer sur des questions de confusion, il a été jugé que la première partie d'une marque de commerce est celle qui est la plus pertinente lorsqu'il s'agit de se prononcer sur son caractère distinctif » (voir *K-Tel International Ltd. c. Interwood Marketing Ltd.* (1997), 77 C.P.R. (3d) 523; IIJCan 5754 (C.F. 1^{re} inst.)). La marque GLOBAL Design des opposantes comporte le dessin stylisé d'un croissant de lune surmonté du mot GLOBAL, tandis que celle de la requérante comporte comme première partie un globe stylisé et, comme seconde partie, les mots « GLOBO TV INTERNATIONAL ». Les deux marques suggèrent sensiblement la même chose, à savoir que leurs services ont une portée mondiale ou internationale.

Il appert de l'état du registre que trois enregistrements, qui ne sont la propriété d'aucune des parties en cause, renferment le mot « GLOBAL » et sont employés en liaison avec le même genre de services que ceux des parties. Ce nombre restreint de marques déposées pertinentes ne me permet pas, par lui-même, de tirer de conclusions valables concernant leur emploi dans le marché.

Il s'agit de déterminer si un consommateur ayant un souvenir général, et non un souvenir précis, de la marque de commerce de l'opposante, pensera probablement que les deux produits ou services proviennent d'une même source. Compte tenu de la prépondérance de la preuve relative à l'ensemble des circonstances, j'estime que'il n'existe pas de probabilité raisonnable de conclusion entre la marque GLOBAL Design, employée en liaison avec des services de télévision et des services de diffusion de nouvelles et de divertissements, et la marque GLOBO TV INTERNATIONAL et dessin de la requérante, employée en liaison avec les mêmes services. Cette conclusion repose principalement sur les différences existant entre les marques des parties.

Les éléments graphiques des marques diffèrent totalement, tout comme les éléments verbaux. Comme l'a établi la décision *Beverly Bedding & Upholstery Co. c. Regal Bedding & Upholstery Ltd.* (1980), 47 C.P.R. (2d) 145 (C.F. 1^{re} inst.), confirmée par 60 C.P.R. (2d) 70: « [à] toutes fins pratiques, le facteur le plus important dans la plupart des cas, et celui qui est décisif, est le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent, les autres facteurs jouant un rôle secondaire ».

Compte tenu de ces conclusions, je suis d'avis que la requérante s'est acquittée de la charge qui lui incombait de démontrer qu'il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion entre les marques en cause. Par conséquent, le premier motif d'opposition est écarté.

Suivant les deuxième et le troisième motifs d'opposition, la requérante n'aurait pas droit à l'enregistrement de sa marque, aux termes des al. 16(3)*a* et *b* de la Loi, parce que celle-ci crée de la confusion avec les marques GLOBAL des opposantes, que ces dernières employaient ou dont elles avaient demandé l'enregistrement antérieurement à la requérante, à l'égard de services de télévision et de services de diffusion de nouvelles et de divertissements. La date pertinente pour l'examen de ces motifs d'opposition est la date de la production de la demande d'enregistrement, c'est-à-dire le 29 janvier 1999. L'opposante s'est acquittée de la charge initiale en prouvant qu'elle employait sa marque de commerce GLOBAL Design et qu'elle en avait demandé l'enregistrement avant le dépôt de la demande de la requérante et qu'elle ne l'avait pas abandonnée à la date de l'annonce de cette demande.

Le sort des deuxième et troisième motifs d'opposition dépend donc sur la question de savoir si, à la date de la production de la demande de la requérante, la marque de cette dernière créait de la confusion avec la marque GLOBAL Design des opposantes. Il incombe à la requérante de démontrer qu'il n'existait pas de probabilité raisonnable de confusion à cette date. Les conclusions que j'ai formulées à l'égard du premier motif d'opposition s'appliquent également à ceux-ci, et je suis d'avis que la requérante s'est acquittée de la charge de prouver l'absence de risque de confusion entre les marques relativement aux services susmentionnés. Ces deux motifs se rapportant au droit à l'enregistrement sont donc écartés eux aussi.

Suivant le quatrième motif, la requérante n'aurait pas droit à l'enregistrement, aux termes de l'al. 16(3)c) de la Loi, parce que sa marque créerait de la confusion avec les noms commerciaux GLOBAL que les opposantes, à savoir Global Television, Global Television Network, CanWest Global Broadcasting Inc., CanWest Global Communications Corp. et Global Communications Limited, employaient au Canada avant la requérante. La date pertinente pour l'examen de ce motif est la date à laquelle la demande d'enregistrement a été produite, c'est-à-dire le 29 janvier 1999. Les opposantes ne se sont pas acquittées de leur charge de preuve, relativement à ce motif, car le seul élément de preuve de l'emploi d'un nom commercial GLOBAL est un certificat d'enregistrement d'appellation commerciale daté du 5 juillet 2000 et, donc, postérieur à la date pertinente. Par conséquent, ce motif relatif au droit à l'enregistrement n'est pas retenu.

Pour ce qui est du cinquième motif, il incombe à la requérante de prouver que sa marque distingue véritablement ses services au Canada ou est adaptée à les distinguer (voir *Muffin House Incorporated c. The Muffin House Bakery Ltd.* (1985), 4 C.P.R. (3d) 272). La date pertinente pour l'examen de ce motif est la date de production de l'opposition, en l'espèce, le 22 janvier 2002 (voir *Re Andres Wines Ltd. And E. And J. Gallo Winery* (1975), 25 C.P.R. (2d) 126 et *Metro-Goldwyn-Mayer Inc. c. Stargate Connections Inc.* (2004), 34 C.P.R. (4th) 317 (C.F. 1^{re} inst.), p. 324). Enfin, l'opposante a la charge de prouver les allégations de fait fondant son motif.

Dans la mesure où ce cinquième motif repose sur une allégation de confusion avec la marque de commerce GLOBAL Design employée en liaison avec les marchandises et services énumérés dans l'enregistrement LMC494,576, il dépend donc essentiellement la question de la confusion entre cette marque et la marque GLOBO TV INTERNATIONAL et Design de la requérante. Les conclusions formulées à l'égard du premier motif d'opposition sont pertinentes pour celui-ci, et j'estime donc qu'il n'y avait pas de confusion entre les marques en cause à la date de l'opposition. Dans la mesure où il se rapporte à l'emploi de la marque de commerce GLOBAL Design des opposantes, enregistrée sous le numéro, LMC494,576, le cinquième motif d'opposition n'est pas retenu lui non plus.

En vertu de la délégation de pouvoirs faite par le registraire des marques de commerce sous le régime du paragraphe 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition produite à l'encontre de la demande d'enregistrement n° 1,003,659.

FAIT À GATINEAU (QUÉBEC), LE 5 FÉVRIER 2007

Lisa A. Power
Directrice par intérim,
Marques de commerce