



LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

Référence : 2019 COMC 112

Date de la décision : 2019-10-15

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]**

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

Keenan Ferguson

Partie requérante

et

Comcast Corporation

Propriétaire inscrite

**LMC730,645 pour la marque de
commerce COMCAST**

Enregistrement

[1] La présente décision concerne une procédure de radiation sommaire engagée à l’égard de l’enregistrement n° LMC730,645 de la marque de commerce COMCAST (la Marque), détenu par Comcast Corporation.

[2] La Marque est enregistrée pour emploi en liaison avec les services suivants
[TRADUCTION] :

(1) Diffusion de matériel audio et vidéo en continu sur Internet; services de diffusion sur Internet; offre d’un service d’accès multiutilisateur à un réseau informatique mondial d’information, pour le transfert et la diffusion d’une large gamme d’information.

(2) Distribution d'émissions à des systèmes de télévision par câble; production de programmes de télévision par câble; services de divertissement, en l'occurrence parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey et démonstrations de hockey en direct dans des stades et par des transmissions vocales et vidéo; mise à disposition d'installations pour les compétitions et démonstrations sportives, nommément parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey, démonstrations de hockey, et pour des concerts et autres événements de divertissement.

(3) Services de transmission télévisuelle par câble; services de radiotransmission par câble; services de télécommunication, nommément transmissions vocales, de vidéo et de données au moyen d'installations de distribution télévisuelle par câble; services d'échange de données électroniques à haute vitesse au moyen de modems, de réseaux de fibre coaxiale hybride, de routeurs et de serveurs.

(4) Services de communication, nommément transmission de musique en avant-plan et en fond sonore; services de télévision par câble.

[3] Pour les raisons exposées ci-dessous, je conclus qu'il y a lieu de maintenir l'enregistrement seulement à l'égard de certains des services.

LA PROCÉDURE

[4] Le 23 juin 2016, 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 Comcast Corporation (la Propriétaire). Cet avis a été donné à la demande de Keenan Ferguson (la Partie requérante).

[5] L'avis enjoignait à la Propriétaire de fournir une preuve établissant qu'elle a employé la Marque au Canada à un moment quelconque entre le 23 juin 2013 et le 23 juin 2016 en liaison avec chacun des services spécifiés dans l'enregistrement. Si la Marque n'avait pas été ainsi employée, la Propriétaire devait fournir une preuve établissant la date à laquelle la Marque a été employée en dernier lieu et les raisons du défaut d'emploi depuis cette date.

[6] La définition d'« emploi » en liaison avec des services est énoncée comme suit à l'article 4(2) de la Loi :

4(2) 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.

[7] Lorsqu'il s'agit de services, la présentation d'une marque de commerce dans l'annonce des services est suffisante pour satisfaire aux exigences de l'article 4(2) de la Loi, du moment

que le propriétaire de la marque de commerce offre et est prêt à exécuter les services annoncés au Canada [*Wenward (Canada) Ltd c Dynaturf Co* (1976), 28 CPR (2d) 20 (COMC)].

[8] Il est bien établi que l'article 45 de la Loi a pour objet et portée d'offrir une procédure simple, sommaire et expéditive pour débarrasser le registre du « bois mort ». À ce titre, le niveau de preuve auquel le propriétaire inscrit doit satisfaire est peu élevé [*Performance Apparel Corp c Uvex Toko Canada Ltd* (2004), 31 CPR (4th) 270 (CF)] et il n'est pas nécessaire de produire une [TRADUCTION] « surabondance d'éléments de preuve » [*Union Electric Supply Co c Canada (Registraire des marques de commerce)* (1982), 63 CPR (2d) 56 (CF 1^{re} inst)]. Cependant, il n'en faut pas moins présenter des faits suffisants pour permettre au registraire de conclure que la marque de commerce a été employée en liaison avec chacun des services visés par l'enregistrement [*Uvex Toko et John Labatt Ltd c Rainier Brewing Co* (1984), 80 CPR (2d) 228 (CAF)].

[9] En réponse à l'avis du registraire, la Propriétaire a produit l'affidavit de Marc A. Rockford, le vice-président et avocat général adjoint principal de la Propriétaire, souscrit le 24 avril 2017 et accompagné des pièces A à E.

[10] Seule la Propriétaire a produit des représentations écrites, mais les parties ont toutes deux présenté des observations à l'audience qui a été tenue.

LA PREUVE

[11] M. Rockford décrit la Propriétaire comme une société de médias et de technologie mondiale qui est l'une des plus grandes sociétés de diffusion et de télévision par câble à l'échelle mondiale.

[12] M. Rockford atteste que, pendant la période pertinente, la Propriétaire a employé la Marque au Canada en liaison avec ce qui suit [TRADUCTION] :

- Diffusion de matériel audio et vidéo en continu sur Internet;
- Services de diffusion sur Internet;
- Production de programmes de télévision par câble;

- Services de divertissement, en l'occurrence parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey et démonstrations de hockey en direct dans des stades et par des transmissions vocales et vidéo; et
- Services de télévision par câble.

[13] En particulier, M. Rockford atteste que la Marque a été présentée bien en vue pendant la période pertinente dans la programmation produite et diffusée au Canada par la Propriétaire. À l'appui, il joint comme pièce A à son affidavit des captures d'écran de diffusions de programmations sportives (hockey et basketball) qui, atteste-t-il, montrent la manière dont la Marque a été présentée pendant la période pertinente. La Marque est présentée suivie du terme SPORTSNET, les deux étant accompagnés ou non du logo de paon de la NBC. Il explique en outre que les Canadiens ont accès à ces programmations sportives par l'intermédiaire de chaînes câblées sur abonnement offertes par Rogers et Bell, ainsi que par l'intermédiaire d'appareils de diffusion numérique en continu, au moyen desquels les Canadiens peuvent écouter en continu des programmations sportives à partir de leur ordinateur, téléphone cellulaire, tablette ou téléviseur. Il joint comme pièces B et C à son affidavit, respectivement, des imprimés des sites Web de Rogers et Bell qui font la promotion de ces chaînes câblées sur abonnement ainsi que des imprimés de la boutique d'applications iTunes qui donnent des renseignements sur les applications permettant la diffusion en continu de ce type de contenu. La Marque ne figure pas sur ces publicités imprimées, mais M. Rockford atteste clairement que des diffusions de programmations sportives arborant la Marque, comme le montre la pièce A, ont été présentées sur ces chaînes sur abonnement et diffusées en continu par l'intermédiaire de telles applications au Canada pendant la période pertinente.

[14] M. Rockford atteste que, en raison de la manière dont la Propriétaire fournit des diffusions de programmations sportives au Canada, la Propriétaire n'a pas directement accès au nombre précis de Canadiens qui auraient écouté les diffusions de programmations sportives susmentionnées. Cependant, il affirme que, selon des renseignements tenus pour véridiques, ces diffusions de programmations sportives (de hockey et de basketball) présentant la Marque bien en vue, comme le montre la pièce A, auraient été écoutées par des centaines, voire des milliers, de clients au Canada pendant la période pertinente.

[15] Enfin, en ce qui concerne les [TRADUCTION] « services de télévision par câble », M. Rockford atteste que de tels services liés à la Marque ont été offerts par la Propriétaire à Rogers pendant la période pertinente au Canada. À cet égard, il explique que la Propriétaire a octroyé une licence à l'égard de ses [TRADUCTION] « services de télévision par câble dans le nuage, sous le nom de plateforme X1, à Rogers pour la mise en œuvre de services vidéo à l'intention de ses clients canadiens ». Il affirme que la Propriétaire a offert ces services à Rogers pendant la période pertinente et que la Propriétaire offre actuellement ces services à Rogers. À l'appui, il joint comme pièce D à son affidavit une copie de la page couverture d'une présentation faite à Rogers le 23 février 2016 en ce qui concerne une offre de services. La Marque figure bien en vue dans la présentation. Il joint en outre comme pièce E à son affidavit une copie d'un article de presse en ligne portant sur la licence liée à la plateforme X1 de la Propriétaire octroyée à Rogers. L'article indique que Rogers prévoit lancer au début de 2018 une version du service vidéo mis en œuvre grâce à la plateforme X1 de la Propriétaire.

ANALYSE ET MOTIFS DE DÉCISION

[16] À titre préliminaire, je souligne que l'affidavit et les pièces produites en preuve ne disent rien à propos des services suivants [TRADUCTION] :

(1) [...]; offre d'un service d'accès multiutilisateur à un réseau informatique mondial d'information, pour le transfert et la diffusion d'une large gamme d'information.

(2) Distribution d'émissions à des systèmes de télévision par câble; [...]; mise à disposition d'installations pour les compétitions et démonstrations sportives, notamment parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey, démonstrations de hockey, et pour des concerts et autres événements de divertissement.

(3) Services de transmission télévisuelle par câble; services de radiotransmission par câble; services de télécommunication, notamment transmissions vocales, de vidéo et de données au moyen d'installations de distribution télévisuelle par câble; services d'échange de données électroniques à haute vitesse au moyen de modems, de réseaux de fibre coaxiale hybride, de routeurs et de serveurs.

(4) Services de communication, notamment transmission de musique en avant-plan et en fond sonore; [...].

[17] Lorsque la question a été soulevée à l'audience, la Propriétaire a reconnu que la preuve n'établissait pas l'emploi de la Marque en liaison avec ces services. En conséquence, et étant donné qu'aucune preuve de circonstances spéciales qui justifieraient ce défaut d'emploi n'a été

présentée, ces services seront supprimés de l'enregistrement. Par conséquent, les services qui demeurent en cause sont ceux qui sont indiqués au paragraphe 12, à savoir [TRADUCTION] :

- Diffusion de matériel audio et vidéo en continu sur Internet;
- Services de diffusion sur Internet;
- Production de programmes de télévision par câble;
- Services de divertissement, en l'occurrence parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey et démonstrations de hockey en direct dans des stades et par des transmissions vocales et vidéo; et
- Services de télévision par câble.

[18] La Partie requérante soutient que la preuve concernant ces autres services n'est pas suffisante pour établir l'emploi de la Marque au Canada pendant la période pertinente.

[19] Plus précisément et en premier lieu, la Partie requérante soutient que M. Rockford ne fournit pas de déclaration relative à la période pendant laquelle la Marque a été présentée pendant les diffusions de programmations sportives, de sorte qu'il est possible que la Marque ne soit apparue que momentanément pendant les diffusions. La Partie requérante relie cette notion [TRADUCTION] « d'aperçu momentané » de la Marque à une question de variation. À cet égard, la Partie requérante soutient que les captures d'écran de la pièce A tirées des diffusions de programmations sportives présentent un [TRADUCTION] « regroupement d'éléments graphiques » qui peut être considéré comme la marque « Comcast Sportsnet », plutôt que la Marque. En guise d'explication, la Partie requérante propose que, si une marque de commerce représentée de façon similaire (c.-à-d. une marque de commerce figurant conjointement avec des éléments supplémentaires de façon similaire) figurait sur une boîte de céréales ou sur le côté d'un autobus, une personne voyant la marque de commerce pendant cinq secondes pourrait très bien distinguer la marque de commerce des éléments supplémentaires. Cependant, la Partie requérante soutient que, en l'espèce, la Marque n'apparaît pas à l'écran assez longtemps pour qu'une personne puisse voir les différences de caractères entre la Marque et les éléments supplémentaires, de sorte que la Marque serait reconnaissable en soi.

[20] Cependant, lorsqu'on le lui a demandé, la Partie requérante n'a pas été en mesure d'attirer mon attention sur une quelconque jurisprudence relative à la durée d'apparition d'une

Marque dans l'annonce ou l'exécution de services et son effet sur la perception des consommateurs en raison de variations potentielles. La Partie requérante m'a plutôt invitée à faire œuvre de pionnière dans mon analyse des faits de l'espèce.

[21] Je souligne que des réalités contextuelles sont prises en compte dans certaines affaires pour l'analyse de la perception qu'ont les consommateurs d'une marque de commerce. Cependant, aucune de ces affaires ne concerne des faits semblables à ceux en l'espèce ni ne tient compte d'un tel argument nouveau. À titre d'exemple, ces affaires concernent plutôt des situations dans lesquelles une marque est répétée ou d'autres éléments présentés avec la marque sont répétés, qui attirent alors l'attention du consommateur et viennent renforcer la perception qu'a le consommateur du fait que la marque de commerce se distingue des autres éléments avec lesquels elle est présentée. Voir, à titre d'exemple, *Brouillette & Associés c Constellation Brands US Operations, Inc*, 2016 COMC 159; *Gowling Lafleur Henderson LLP c Ten Ren Tea Co*, 2012 COMC 21; *Bennett Jones LLP c Pirelli Tyre SpA*, 2013 COMC 37; et *Brooks c Ranpro Inc*, 2011 COMC 74.

[22] La Propriétaire soutient, en réponse, que le fait que la pièce A est présentée comme une capture d'écran d'une image fixe importe peu et que la preuve est présentée de cette façon parce qu'elle est présentée en version papier et que c'était la façon la plus simple de montrer à la Commission la manière dont la Marque a été présentée. La Propriétaire soutient en outre que rien n'établit que la Marque a été présentée momentanément et qu'il n'existe aucune exigence relative à la durée de la présentation d'une marque de commerce. La Propriétaire soutient que, même si l'affidavit n'indique pas combien de temps la Marque est apparue à l'écran, la Marque figure en filigrane dans les captures d'écran de diffusions et qu'il existe de nombreux exemples de différentes itérations d'un tel emploi dans la preuve.

[23] Je suis d'accord avec la Propriétaire et, quoi qu'il en soit, rien dans la preuve ne me permet d'inférer que les consommateurs n'auraient qu'un [TRADUCTION] « aperçu momentané » de la Marque, comme le prétend la Partie requérante, de sorte que la perception, en l'espèce, serait que la Marque ne se démarque pas des autres éléments ou des éléments supplémentaires. En effet, le niveau de preuve auquel le propriétaire inscrit doit satisfaire est peu élevé [*Uvex Toko*] et la procédure prévue à l'article 45 n'est pas considérée comme une procédure dans

laquelle les faits ne peuvent être contestés sans fin [*Lewis Thomson & Son Ltd c Rogers, Bereskin & Parr* (1988), 21 CPR (3d) 483 (CF 1^{re} inst)]. En l'espèce, la Marque est présentée dans un style et une taille de caractères différents, de sorte qu'elle se distingue comme une marque de commerce en soi [*Nightingale Interloc Ltd c Prodesign Ltd* (1984), 2 CPR (3d) 535, à la p 538 (COMC)].

[24] La question qui se pose est alors celle de savoir si l'emploi de la Marque a été établi en liaison avec *chacun* des services.

[25] À cet égard, M. Rockford établit les correspondances suivantes avec la preuve : les pièces A, B et C se rapportent à la [TRADUCTION] « diffusion de matériel audio et vidéo en continu sur Internet; services de diffusion sur Internet; production de programmes de télévision par câble; et services de divertissement, en l'occurrence parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey et démonstrations de hockey en direct dans des stades et par des transmissions vocales et vidéo », tandis que les pièces D et E se rapportent aux [TRADUCTION] « services de télévision par câble ».

[26] La Partie requérante soutient que la preuve de la Propriétaire ne fournit pas suffisamment de renseignements pour démontrer que la Propriétaire a produit et diffusé des programmations sportives au Canada en ligne et par câble. Il semble plutôt que ce soit Bell ou Apple qui ait diffusé, en continu ou non, de telles programmations.

[27] De plus, la Partie requérante soutient que M. Rockford n'indique pas la provenance de ses renseignements tenus pour véridiques sur lesquels il fonde sa déclaration portant que les programmations sportives arborant la Marque auraient été écoutées par des centaines, voire des milliers, de clients au Canada. Qui plus est, la Partie requérante soutient que, en raison de l'absence d'accès direct aux statistiques de consultation par des Canadiens, le registraire devrait tirer une inférence négative de la preuve en l'espèce.

[28] La Propriétaire soutient que la pièce A établit clairement le genre des services de divertissement fournis, car elle contient des images de diffusions de programmations de basketball et de hockey. En outre, la Propriétaire soutient que la preuve démontre qu'elle a offert des chaînes sur abonnement et des applications de diffusion en continu aux Canadiens pendant la

période pertinente, par l'intermédiaire desquels les Canadiens pouvaient écouter les diffusions de programmations sportives arborant la Marque (pièces B et C). Je conviens et j'admets, sur le fondement des déclarations sous serment de M. Rockford et de la preuve dans son ensemble, que la Propriétaire a produit et diffusé du divertissement sous la forme de programmations sportives. En outre, je conviens que la Propriétaire a rendu ces diffusions et ces programmations accessibles aux Canadiens par l'intermédiaire de services de chaînes câblées sur abonnement ou en ligne au moyen d'une application de diffusion en continu, dans le cadre de la chaîne de transactions pour la prestation des services au consommateur final.

[29] En ce qui a trait à la déclaration de M. Rockford concernant le nombre de clients au Canada ayant écouté les programmations sportives arborant la Marque pendant la période pertinente, la Propriétaire soutient qu'il importe peu de savoir combien de Canadiens ont écouté les programmations.

[30] En réponse, la Partie requérante convient qu'il importe peu de savoir combien de personnes ont suivi les programmations, tant qu'il ne s'agit pas d'un usage symbolique. La Partie requérante soutient toutefois que le déposant ne confirme pas que des Canadiens ont, dans les faits, téléchargé l'application, une preuve qu'Apple devrait pouvoir avoir facilement pu fournir pour le confirmer sur demande. En outre, la Partie requérante prétend que ces applications sont disponibles aux États-Unis et ne sont pas nécessairement des applications qui sont disponibles au Canada.

[31] La Propriétaire soutient toutefois, et j'en conviens, qu'il est raisonnable d'inférer, en raison du poste qu'il occupe et de ses années de service chez la Propriétaire, que M. Rockford serait en mesure de connaître et d'attester ces faits. En outre, je ne vois rien dans la preuve qui me permette de douter des déclarations de fait sous serment de M. Rockford concernant le nombre de Canadiens ayant accédé à ces services ou de sa déclaration selon laquelle les imprimés de la pièce C se rapportent à des applications accessibles au Canada pendant la période pertinente [*Oyen Wiggs Green & Mutala LLP c Atari Interactive, Inc*, 2018 COMC 79, au para 25].

[32] En ce qui concerne les [TRADUCTION] « services de télévision par câble », la Partie requérante soutient que la preuve de la Propriétaire ne fournit pas de renseignements suffisants

concernant le genre des [TRADUCTION] « services de télévision par câble » fournis à Rogers pour établir si les services offerts sont véritablement des services de télévision par câble au sens habituel de ces services. À cet égard, la Partie requérante soutient qu'il n'apparaît pas clairement que la Propriétaire offre des services de télévision par câble aux consommateurs à leur domicile, puisque la Propriétaire décrit les services comme une [TRADUCTION] « plateforme » pour aider Rogers à fournir des services qui pourraient être des services de télévision par câble. La Partie requérante soutient que les services offerts ne sont peut-être pas simplement accessoires ou secondaires aux services de télévision par câble, mais plutôt des services complètement différents, qui pourraient potentiellement s'inscrire dans une classe de la Classification de Nice complètement différente.

[33] De plus, bien que la Partie requérante admette que la présentation jointe comme pièce D arbore la Marque, elle soutient que les attestations de M. Rockford portant que la Propriétaire était en pourparlers et offre *maintenant* des services de télévision par câble sous la Marque à Rogers ne signifient pas que ces services étaient prêts à être exécutés pendant la période pertinente. À cet égard, la Partie requérante souligne que l'article de presse joint comme pièce E semble s'adresser au marché américain, porte une date de dix mois ultérieure à la période pertinente et fait référence à l'offre de services liés à la licence de la plateforme X1, sans mentionner de [TRADUCTION] « services de télévision par câble ». La Partie requérante soutient en outre que le fait que la Propriétaire fournit peu de renseignements concernant l'accord octroyant une licence de la [TRADUCTION] « plateforme » à Rogers ne permet pas d'établir le genre précis des services offerts ni si ces services étaient prêts à être exécutés pendant la période pertinente.

[34] La Propriétaire, pour sa part, soutient que M. Rockford atteste clairement que la Propriétaire a octroyé une licence de ses [TRADUCTION] « services de télévision par câble dans le nuage, sous le nom de plateforme X1 » à Rogers. La Propriétaire soutient que, bien que ces services ne soient peut-être pas des services fournis directement aux consommateurs finaux à leur domicile, il s'agit tout de même de services de télévision par câble d'arrière-plan fournis à Rogers. De plus, la Propriétaire soutient que, bien que la preuve n'indique pas précisément que ces services étaient offerts pendant la période pertinente, la preuve dans son ensemble permet aisément de tirer cette inférence. Plus précisément, la Propriétaire soutient que le fait qu'un

contrat pour la prestation de ces services ait été conclu peu de temps après la période pertinente vient étayer cette inférence.

[35] Je conviens avec la Propriétaire que les services s'inscrivent dans la portée des services visés par l'enregistrement. À cet égard, je souligne que le mot « services » n'est pas défini dans la Loi, et qu'on donne généralement aux services une interprétation large ou libérale [*Aird & Berlis c Virgin Enterprises Ltd* (2009), 78 CPR (4th) 306 (COMC)], y compris les services qui peuvent être considérés comme [TRADUCTION] « accessoires » ou « secondaires » [*Kraft Ltd c le Registraire des marques de commerce* (1984), 1 CPR (3d) 457 (CF 1^{re} inst)]. En outre, le fait que la Marque n'ait pas été portée à l'attention du consommateur final de télévision par câble, mais plutôt de Rogers, ne m'empêche pas de conclure qu'il y a eu emploi au sens de l'article 4(2) de la Loi, car tout emploi de la Marque à une étape ou une autre de la chaîne de distribution est suffisant pour établir l'emploi [voir *Philip Morris Inc c Imperial Tobacco Ltd (No 2)* (1987), 17 CPR (3d) 237, à la page 241 (CAF)].

[36] Quant à savoir si les services étaient prêts à être exécutés pendant la période pertinente, la preuve établit clairement qu'une présentation arborant la Marque et concernant l'offre de services par la Propriétaire à Rogers a été faite au Canada pendant la période pertinente. Bien que le contrat de licence n'ait été conclu qu'après la période pertinente, la Marque a été présentée bien en vue dans l'annonce de ces services qui, atteste M. Rockford, ont été offerts à Rogers au Canada pendant la période pertinente. Là encore, je n'ai aucune raison de douter des déclarations sous serment de M. Rockford à cet égard [*Atari Interactive*] ou d'inférer que le terme [TRADUCTION] « offre » en l'espèce signifie une offre de services qui seraient seulement prêts à être exécutés à une date ultérieure non indiquée, plutôt que de services projetés qui sont à l'heure actuelle prêts à être exécutés.

[37] En conséquence, j'admets que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque dans la présentation d'annonces de [TRADUCTION] « services de télévision par câble » offerts au Canada pendant la période pertinente au sens de l'article 4(2) de la Loi.

DÉCISION

[38] En conséquence, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, l'enregistrement sera modifié afin de supprimer les services suivants, selon les dispositions de l'article 45 de la Loi [TRADUCTION] :

(1) [...]; offre d'un service d'accès multiutilisateur à un réseau informatique mondial d'information, pour le transfert et la diffusion d'une large gamme d'information.

(2) Distribution d'émissions à des systèmes de télévision par câble; [...]; mise à disposition d'installations pour les compétitions et démonstrations sportives, notamment parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey, démonstrations de hockey, et pour des concerts et autres événements de divertissement.

(3) Services de transmission télévisuelle par câble; services de radiotransmission par câble; services de télécommunication, notamment transmissions vocales, de vidéo et de données au moyen d'installations de distribution télévisuelle par câble; services d'échange de données électroniques à haute vitesse au moyen de modems, de réseaux de fibre coaxiale hybride, de routeurs et de serveurs.

(4) Services de communication, notamment transmission de musique en avant-plan et en fond sonore; [...].

[39] L'état déclaratif des services modifié sera donc libellé comme suit [TRADUCTION] :

(1) Diffusion de matériel audio et vidéo en continu sur Internet; services de diffusion sur Internet;

- (2) Production de programmes de télévision par câble; services de divertissement, en l'occurrence parties de basketball, démonstrations de basketball, parties de hockey et démonstrations de hockey en direct dans des stades et par des transmissions vocales et vidéo;
- (4) Services de télévision par câble.

Kathryn Barnett
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 : 2019-05-09

COMPARUTIONS

Michael O'Neil

POUR LA PROPRIÉTAIRE
INSCRITE

Keenan Ferguson

POUR LA PARTIE
REQUÉRANTE

AGENT(S) AU DOSSIER

Gowling WLG (Canada) LLP

POUR LA PROPRIÉTAIRE
INSCRITE

Keenan Ferguson

POUR LA PARTIE
REQUÉRANTE