



LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE  
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

**Référence : 2021 COMC 89**

**Date de la décision : 2021-05-17**

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,  
NON RÉVISÉE]**

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

**Bhole IP Law**

**Partie requérante**

**et**

**Enrico Valente**

**Propriétaire inscrit**

**LMC904,466 pour PODIUM  
SPECIAL EVENTS MANAGEMENT  
& Dessin**

**Enregistrement**

INTRODUCTION

[1] La présente décision concerne une procédure de radiation sommaire engagée en vertu de l’article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi) à l’égard de l’enregistrement n° LMC904,466 pour la marque de commerce PODIUM SPECIAL EVENTS MANAGEMENT & dessin (la Marque), indiquée ci-dessous.



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

Services de publicité et de promotion pour des tiers, notamment publicité et promotion des marchandises et des services de tiers par l'organisation et la tenue de démonstrations des produits de tiers, d'assemblées générales annuelles, de séances de consolidation d'équipe, d'activités d'entreprise, de voyages incitatifs, de salons commerciaux, d'expositions, de sondages sur place auprès des consommateurs et d'évènements sportifs et élaboration de campagnes promotionnelles pour des tiers; développement de marque; prospection; collecte de données, notamment collecte d'information en matière de marketing; études de marché; élaboration de campagnes promotionnelles pour des tiers au moyen de contenu numérique informatisé pour le compte de tiers; gestion d'évènements; campagne de financement; graphisme; services de conception d'emballages de produit; relations avec les médias et relations publiques; marketing sportif, notamment promotion des compétitions sportives et des évènements sportifs de tiers; offre de services de marketing et de communication à des tiers, notamment planification commerciale stratégique et promotions connexes; services de traduction (les Services).

[3] Pour les raisons qui suivent, je conclus que l'enregistrement doit être maintenu en partie.

#### LA PROCÉDURE

[4] À la demande de Bhole IP Lasw (la Partie requérante), le registraire des marques de commerce a donné l'avis prévu à l'article 45 de la Loi le 13 novembre 2018, à Enrico Valente (le Propriétaire).

[5] L'avis enjoignait au Propriétaire d'indiquer, à l'égard de chacun des Services, si la marque de commerce a été employée au Canada à un moment quelconque au cours des trois années précédant la date de l'avis et, dans la négative, qu'il précise la date à laquelle la Marque a ainsi été employée en dernier lieu et la raison de son défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour démontrer l'emploi est du 13 novembre 2015 au 13 novembre 2018.

[6] La définition pertinente d'emploi en l'espèce est énoncée à l'article 4(1) de la Loi comme suit :

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] En l'absence d'emploi tel que défini ci-dessus, conformément à l'article 45(3) de la Loi, une marque de commerce est susceptible d'être radiée, à moins que l'absence d'emploi ne soit en raison de circonstances spéciales.

[8] Il est bien établi que le but et l'objet de l'article 45 de la Loi consistent à assurer une procédure simple, sommaire et expéditive pour débarrasser le registre du « bois mort ». La preuve dans une procédure en vertu de l'article 45 n'a pas à être parfaite; en effet, un propriétaire inscrit doit uniquement établir une preuve prima facie d'emploi au sens des articles 4 et 45 [voir *Diamant Elinor Inc c 88766 Canada Inc*, 2010 CF 1184]. Ce fardeau de preuve à atteindre est bas; il suffit que les éléments de preuve établissent des faits à partir desquels une conclusion d'emploi peut logiquement être inférée [selon *Diamant*, au para 9].

[9] En réponse à l'avis du registraire, le Propriétaire a produit son propre affidavit, exécuté le 18 janvier 2019.

[10] Seule la Partie requérante a déposé des représentations écrites. Aucune audience n'a été demandée.

#### LA PREUVE

[11] L'affidavit comportait six pages; les deux premières sont divisées en 14 paragraphes et les signatures de l'auteur de l'affidavit et du notaire qui a été témoin de la déclaration sous serment sont inscrites en dessous du dernier paragraphe. Les quatre pages subséquentes ne sont pas signées, notariées ou marquées à titre de pièces; plutôt, sur chaque page, le titre [TRADUCTION] « PREUVE D'EMPLOI DE MA PI – PODIUM SPECIAL EVENTS MANAGEMENT EN VERTU DE L'ARTICLE 45 » est montré et il y a une ou plusieurs photos.

[12] Au troisième paragraphe de son affidavit, le Propriétaire affirme qu'il emploie la Marque [TRADUCTION] « à des fins caritatives afin d'aider à organiser des événements et à recueillir des

fonds pour certains organismes de bienfaisance essentiellement sans aucuns frais ». Il ajoute que les coûts associés à ces événements ont été assumés par différents commanditaires, dont lui-même.

[13] Au cinquième paragraphe de son affidavit, le Propriétaire décrit son rôle dans ces événements comme suit :

[TRADUCTION]

Mon rôle à titre de co-président était essentiellement de coordonner tous les aspects de l'événement, y compris assurer les liaisons avec les bureaux des maires pour la Ville d'Ottawa et la Ville de Gatineau; les relations avec les médias, les médias sociaux et le soutien pour les aspects logistiques et techniques ont été fournis par le National Capital Kart Club et, plus récemment, par les personnes très généreuses et très attentionnées qui assurent les activités de TOP KARTING à Gatineau. Bien entendu, tout cela était possible grâce à une équipe généreuse et attentionnée de bénévoles qui forment l'équipe organisatrice.

[14] Le Propriétaire renvoie à deux différents événements dans son affidavit. Le premier événement, la Coupe du maire pour les Rêves, est organisé annuellement depuis 2015 et, au moment de l'affidavit, était prévu de nouveau pour 2019, alors que le deuxième événement, le Capital Karting Grand Prix, a eu lieu en 2015 et en 2016. Les dates précises de ces événements ne sont pas mentionnées, mais il y a des photos sur lesquelles différentes dates sont indiquées. À la quatrième page, il y a une photo d'un groupe de personnes debout devant une bannière du Capital Karting Grand Prix indiquant « July/juillet 25-26 2015 ». Sur la cinquième page, une photo semblable est montrée pour l'édition de 2016 di Capital Karting Grand Prix indiquant « August 6-7 août ».

[15] Comme il a été susmentionné, la section [TRADUCTION] « PREUVE D'EMPLOI DE MA PI » de l'affidavit est constituée de plusieurs photos. La Marque est montrée dans deux photos sur ce qui semble être un tissu foncé présentant les mots « ORGANIZING TEAM ». Dans la première, il y a cinq autres logos; certains de ces logos représentent des organismes de bienfaisance qui ont été énumérés dans l'affidavit. Dans la deuxième photo, il y a un ensemble différent de logos, y compris la Marque.

[16] Le Propriétaire affirme que plusieurs photos et vidéos sont disponibles sur deux pages Facebook, une pour « PODIUM » et l'autre pour « MAYOR'S CUP »; les liens pour visiter ces pages sont également fournis.

[17] Aux paragraphes 11 et 12 de l'affidavit, le Propriétaire affirme ce qui suit :

[TRADUCTION]

11. PODIUM SPECIAL EVENTS a essentiellement une page FACEBOOK autour de laquelle les activités et les événements de BIENFAISANCE clés s'organisent, ainsi qu'un compte TWITTER (voir ci-joint).

À l'origine, il y avait un site Web qui a été corrompu et piraté il y a quelque temps et la décision a été prise de simplement s'en départir en raison des coûts pour le rebâtir et le maintenir. Je crois que mon adresse evalente@podiumevents.ca a également été corrompue et ne fonctionne probablement plus.

12. L'autre raison motivant la fermeture est qu'il y a une opposition par FORMULA ONE pour l'emploi du nom CAPITAL KARTING GRAND PRIX et cette opposition est toujours en cours de litige. L'intention est de continuer à employer la marque de commerce et le dessin de cette manière puisqu'il s'agit d'une activité de ma retraite qui m'est profondément chère.

[18] Même si le Propriétaire affirme qu'il y a un document joint concernant la page Facebook et le compte Twitter, les seuls documents joints à l'Affidavit sont les quatre pages de photos mentionnées ci-dessus.

#### ANALYSE ET MOTIFS DE LA DÉCISION

##### *Question préliminaire*

[19] À titre de question préliminaire, bien que je remarque que les photos jointes n'ont pas été endossées ou marquées à titre de preuves, il a été établi que les lacunes techniques dans la preuve ne devraient pas empêcher une partie de répondre de façon satisfaisante à un avis prévu à l'article 45 lorsque la preuve fournie peut être suffisante pour conclure que la marque de commerce était employée [voir *Baume & Mercier SA c Brown* (1985), 4 CPR (3d) 96 (CF 1<sup>re</sup> inst)]. Par exemple, le registraire a admis en preuve des pièces qui n'étaient pas correctement souscrites si ces pièces étaient clairement identifiées et expliquées dans le corps de l'affidavit [voir, *Borden & Elliot c Raphaël Inc* (2001), 16 CPR (4th) 96 (COMC)]. En l'espèce, le Propriétaire renvoie aux photos jointes dans le corps de l'affidavit. Je suis par conséquent prête à accepter ces photos à titre preuve dans ces procédures.

[20] Je remarque toutefois que je ne peux pas considérer le contenu des pages Facebook ou Twitter du Propriétaire comme preuve dans ces procédures. En vertu des paragraphes 45(1) et (2) de la Loi, je ne peux tenir compte que de la preuve soumise sous forme d'affidavit ou de

déclaration solennelle produite dans les trois mois suivant la date de l'avis du registraire, plus toute prolongation accordée en vertu de l'article 47. En l'espèce, le contenu de ces pages n'a pas été joint à l'affidavit du Propriétaire sous la forme de captures d'écran; je ne peux pas tenir compte de la preuve au-delà de ce qui est contenu dans l'affidavit du Propriétaire ou de ce qui lui est joint.

### *Suffisance de la preuve*

[21] La Partie requérante observe que la preuve manque de précision concernant les Services qui ont été employés en liaison avec la Marque. Elle observe que l'affidavit contient seulement des allégations d'emploi simples et ambiguës, lesquelles sont insuffisantes pour maintenir l'enregistrement.

[22] Dans l'affidavit, le Propriétaire affirme qu'il emploie la Marque [TRADUCTION] « à des fins caritatives afin d'aider à organiser des événements et à recueillir des fonds pour certains organismes de bienfaisance essentiellement sans aucuns frais ». Il précise que [TRADUCTION] « les activités se sont essentiellement concentrées sur la COUPE DU MAIRE POUR LES RÊVES annuelle ». Le Propriétaire a également décrit son rôle dans ces événements, comme il indiqué dans la section sur la preuve. Bien que le Propriétaire n'associe pas les activités qu'il a menées au cours de la période pertinente à l'un des Services dans l'affidavit, sa description de ces activités est suffisamment détaillée pour les associer avec les deux Services suivants : « gestion d'évènements » et « campagne de financement ».

[23] Comme il a été décrit ci-dessous, la Marque est montrée sur deux photos dans la section [TRADUCTION] « PREUVE D'EMPLOI DE MA PI » sur ce qui semble être un tissu foncé. Je suis prête à accepter que ces deux photos représentent les t-shirts qui ont été mentionnés dans l'affidavit. Les mots « ORGANIZING TEAM » sont présents dans le haut des deux photos et cela correspond à la déclaration du paragraphe 10 dans l'affidavit renvoyant au [TRADUCTION] « t-shirt de l'équipe organisatrice ». Bien que le Propriétaire n'indique pas expressément que les articles ont été portés par ces bénévoles *pendant l'exécution des Services*, je suis prête à en déduire que c'était le cas, puisqu'autrement, cela soulèverait la question de savoir pourquoi on fournirait ces t-shirts aux bénévoles [pour une conclusion semblable, voir *Titan Capital Ventures Inc c Titan Construction Inc*, 2015 COMC 83, au para 255].

[24] Je remarque également que le Propriétaire ne confirme pas expressément que les deux différents t-shirts montrés dans les photos sont représentatifs de ceux portés par l'équipe organisatrice aux événements organisés *pendant la période pertinente*. Cependant, selon l'ensemble de la preuve, y compris le fait que la déclaration du Propriétaire que [TRADUCTION] « tout le monde qui aidait a pu conserver son t-shirt de l'équipe organisatrice » suit immédiatement sa discussion d'événements organisés au cours de la période pertinente, je suis prête à en déduire qu'au moins l'un des t-shirts montrés dans la preuve a été porté lors d'un de ces événements en particulier. En faisant ces suppositions, je garde à l'esprit les principes que [TRADUCTION] « [f]aire une supposition est une question de déductions raisonnablement probables et logiques à partir de la preuve » [*Sim & McBurney c En Vogue Sculptured Nail Systems Inc*, 2021 CF 172, au para 15] et que l'approche appropriée dans les procédures en vertu de l'article 45 est de considérer la preuve dans son ensemble plutôt que de se concentrer sur des éléments individuels isolés [voir *Kvas Miller Everitt c Compute (Bridgend) Limited* (2005), 47 CPR (4th) 209 (COMC); *Fraser Milner Casgrain LLP c Canadian Distribution Channel Inc* (2009), 78 CPR (4th) 278 (COMC)].

[25] Bien que d'autres marques de commerce sont arborées sur ces t-shirts, rien dans la Loi n'empêche l'emploi de plus d'une marque de commerce en même temps en liaison avec les mêmes produits ou services [*AW Allen Ltd c Warner-Lambert Canada Inc* (1985)), 6 CPR (3d) 270 (CF 1<sup>re</sup> inst); *Sara Lee Corp c Kretschmar Inc*, 2005 CarswellNat 4474 (COMC), au para 18; *Sharadha Terry Products Ltd c Dial Corp*, 2014 COMC 285, au para 28]. À cet égard, bien que la Partie requérante observe que le positionnement de la Marque à côté de marques de commerce de tiers suggère que le Propriétaire était simplement un commanditaire de l'événement, je remarque que le Propriétaire a expliqué son rôle dans l'événement dans son affidavit. Ses déclarations à cet égard ne sont pas de simples allégations, comme le suggère la Partie requérante, mais des déclarations faites sous serment qui doivent être acceptées sans réserve et qui portent une crédibilité substantielle dans une procédure en vertu de l'article 45 [*Oyen Wiggs Green & Mutala LLP c Atari Interactive Inc*, 2018 COMC 79, au para 25].

### *Emploi de la Marque telle qu'elle est enregistrée*

[26] La Partie requérante observe que la marque de commerce montrée dans la preuve n'est pas la Marque telle qu'elle est enregistrée, compte tenu de l'omission des éléments textuels « Logistics – Facilitation – Sponsorships – Media ». Pour examiner la question de savoir si la présentation d'une marque de commerce constitue l'affichage de la marque de commerce telle qu'elle est enregistrée, la question à se poser est celle de savoir si la marque de commerce était affichée d'une manière telle qu'elle a conservé son identité et qu'elle est demeurée reconnaissable malgré les différences entre la forme sous laquelle elle a été enregistrée et celle sous laquelle elle a été employée [*Canada (Registraire des marques de commerce) c Cie International pour l'informatique CII Honeywell Bull SA* (1985), 4 CPR (3d) 523 (CAF)]. Pour trancher cette question, il faut se pencher sur la question de savoir si les « traits dominants » de la marque de commerce déposée ont été préservés [*Promafil Canada Ltée c Munsingwear Inc* (1992), 44 CPR (3d) 59 (CAF)]. L'évaluation pour savoir si tous les éléments sont des caractéristiques dominantes et si la variation est suffisamment mineure pour permettre de conclure qu'il y a emploi de la marque de commerce telle qu'enregistrée est une question de fait qui doit être tranchée au cas par cas.

[27] Lorsqu'on compare la Marque à la marque de commerce montrée dans les photos, à mon avis, la Marque n'a pas perdu son identité et demeure reconnaissable. Bien que les mots « Logistics – Facilitation – Sponsorships – Media » aient été omis du dessin, les caractéristiques dominantes de la Marque, nommément le mot « Podium » et l'élément de dessin, sont toujours présentes dans la marque de commerce montrée dans les photos. Puisque les éléments dominants de la Marque ont été maintenus dans la Marque, comme le montrent les photos, je conclus que tout emploi dans la Marque dans cette configuration constitue l'emploi de la Marque telle qu'elle est enregistrée.

### *Services offerts sans frais*

[28] La Partie requérante observe que l'emploi de la Marque en liaison avec les services offerts sans frais ne peut pas constituer l'emploi au sens de la Loi. En particulier, la Partie requérante observe que l'emploi d'une marque de commerce en liaison avec les services doit être dans la pratique normale du commerce, citant *Cornerstone Securities Canada Inc c Canada*



(*Registraire des marques de commerce*) (1994), 58 CPR (3d) 417. De plus la Partie requérante observe que [TRADUCTION] « les actes caritatifs ne constituent pas “l’emploi” », citant *Boston Pizza International Inc c Boston Chicken Inc* (1998), 87 CPR (3d) 333. Des observations semblables ont fait l’objet de considérations dans *Andrews Robichaud c Entechnevision Inc*, 2017 COMC 106, et ont été abordées par la Commission comme suit :

[34] Premièrement, je souligne que le principe cité par la Partie requérante, à savoir que [TRADUCTION] « l’emploi doit être de nature commerciale normale », semble être qualifié par la Cour fédérale même, compte tenu du début de la phrase précédente « Dans ce type d’affaire... », laissant entendre que cela ne s’applique peut-être pas à toutes les procédures de radiation relatives à des services. De plus, la décision *Cornerstone* ne semble pas porter sur cette question, mais plutôt se rapporter à la question de savoir si la preuve établissait que les publicités en question avaient été distribuées et que les services visés par l’enregistrement avaient déjà été exécutés.

[35] En effet, la décision *Coscelebre* citée portait uniquement sur des produits. Par conséquent, le commentaire de la Cour fédérale dans cette affaire devrait être considéré dans le contexte de l’article 4(1) de la Loi, lequel requiert le transfert des produits en question [TRADUCTION] « dans la pratique normale du commerce ». En revanche, l’article 4(2) de la Loi, reproduit ci-dessus, n’exige pas que l’emploi en ce qui concerne les services soit fait [TRADUCTION] « dans la pratique normale du commerce ». Ce qui constitue un « service » au sens de la Loi doit recevoir une interprétation large, l’élément déterminant étant qu’il procure un certain avantage pour le public. Cette notion d’avantage ne requiert pas nécessairement un contexte commercial, comme le démontre la grande quantité d’enregistrements de marques de commerce en lien avec des [TRADUCTION] « services de bienfaisance... » et des services semblables dans divers domaines.

[29] Par conséquent, le fait que les services mentionnés par le Propriétaire ont été effectués sans frais, ou dans le contexte d’événement caritatifs, n’empêche pas de conclure à l’emploi au sens de l’article 4(2) de la Loi [voir, par exemple, *War Amputations of Canada/Amputés de Guerre du Canada c Faber-Castell Canada Inc* (1992), 41 CPR (3d) 557 (COMC); *Laboratoires Contapharm c Origins Natural Resources Inc*, 2014 COMC 166, aux para 30 à 32; *Johnston c Crazy Canucks Enterprises Ltd* (2001), 14 CPR (4th) 398 (COMC), au para 8]. Tant que certains membres du public, consommateurs ou acheteurs, bénéficient de l’activité, il s’agit d’un service [*Renaud Cointreau & Cie c Cordon Bleu International Ltd* (2000), 11 CPR (4d) 95 (CF 1<sup>re</sup> inst), 2002 CAF 11; *Live! Holdings LLC c Oyen Wiggs Green & Mutala LLP*, 2019 CF 1042].

[30] Par conséquent, puisque la Marque est arborée sur des t-shirts portés par des bénévoles au cours d’un événement de financement organisé par le Propriétaire, je convaincue que le

Propriétaire a établi l'emploi de la marque en liaison avec les services visés par l'enregistrement « gestion d'évènements » et « campagne de financement » au sens des articles 4 et 45 de la Loi.

#### *Autres services*

[31] À l'égard des autres Services, le Propriétaire mentionne de manière générale les [TRADUCTION] « relations avec les médias » et les [TRADUCTION] « médias sociaux » et discute de l'emploi de la Marque en liaison avec un compte Facebook et Twitter et une page Web fermée. Il n'y a aucun élément de preuve qui démontre la façon dont la Marque aurait été présentée en liaison avec de quelconques services médiatiques, ou les autres Services, qui auraient pu avoir été offerts au cours des événements abordés ci-dessus. De plus, comme il a été susmentionné, le Propriétaire n'a fourni aucun élément de preuve du contenu des comptes Facebook et Twitter; par conséquent, je ne suis pas en mesure de déterminer s'il y avait emploi de la Marque en liaison avec l'un des autres Services au moyen de ces comptes. Dans le même ordre d'idées, le Propriétaire n'aborde pas les services qui auraient été offerts ou publicisés en liaison avec la Marque sur la page Web du Propriétaire. Par conséquent, je ne suis pas convaincue que le Propriétaire a employé la Marque en liaison avec l'un des autres Services au sens de la Loi.

[32] De plus, je ne suis pas convaincue que les motifs fournis par le Propriétaire pour la fermeture de la page Web comptent pour des circonstances spéciales excusant l'absence d'emploi de la Marque en liaison avec l'un des autres Services. À cet égard, le Propriétaire précise dans son affidavit que son Web a été corrompu et piraté à une date non spécifiée. En raison des [TRADUCTION] « des coûts pour le rebâtir et le maintenir » et d'une opposition par Formula One concernant l'emploi de la marque de commerce « CAPITAL KARTING GRAND PRIX », il a décidé de [TRADUCTION] « simplement passer à autre chose ».

[33] Le choix du Propriétaire de fermer le site Web en raison des coûts pour le rebâtir et le maintenir est une décision commerciale sous le contrôle du Propriétaire, ce qui ne compte pas pour des circonstances spéciales excusant l'absence d'emploi. Dans le même ordre d'idées, la Cour fédérale a conclu que « un différend qui porte sur une marque secondaire ne constitue pas un fait exceptionnel dans le monde des affaires » [*Jose Cuervo SA de CV c Bacardi & Company Limited*, 2009 CF 1166, 78 CPR (4th) 451, conf. par 2010 CAF 248, 102 CPR (4th) 332, au

para 51]. De plus, le choix du Propriétaire de ne pas employer la Marque en raison d'une opposition concernant une autre marque de commerce ne constitue pas des circonstances hors du contrôle du Propriétaire.

[34] Compte tenu de ce qui précède, je ne suis pas convaincue que le Propriétaire a fourni des motifs pour l'absence d'emploi de la Marque en liaison avec les autres Services qui constituent des circonstances spéciales. L'enregistrement sera modifié en conséquence.

#### DÉCISION

[35] À la lumière de ce qui précède, 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 radier les services visés par l'enregistrement et les produits suivants, selon les dispositions de l'article 45 de la Loi.

Services de publicité et de promotion pour des tiers, notamment publicité et promotion des marchandises et des services de tiers par l'organisation et la tenue de démonstrations des produits de tiers, d'assemblées générales annuelles, de séances de consolidation d'équipe, d'activités d'entreprise, de voyages incitatifs, de salons commerciaux, d'expositions, de sondages sur place auprès des consommateurs et d'évènements sportifs et élaboration de campagnes promotionnelles pour des tiers; développement de marque; prospection; collecte de données, notamment collecte d'information en matière de marketing; études de marché; élaboration de campagnes promotionnelles pour des tiers au moyen de contenu numérique informatisé pour le compte de tiers; graphisme; services de conception d'emballages de produit; relations avec les médias et relations publiques; marketing sportif, notamment promotion des compétitions sportives et des évènements sportifs de tiers; offre de services de marketing et de communication à des tiers, notamment planification commerciale stratégique et promotions connexes; services de traduction.

[36] L'état déclaratif des produits sera maintenant libellé comme suit :  
Gestion d'évènements; campagne de financement.

---

Ann-Laure Brouillette  
Agente d'audience  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
William Desroches

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

---

**DATE DE L'AUDIENCE** Aucune audience tenue

**AGENTS AU DOSSIER**

Aucun agent nommé

Pour le Propriétaire inscrit

Bhole IP Law

Pour la Partie requérante