



# Office de la propriété intellectuelle du Canada

## **LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE**

**Référence** : 2023 COMC 189

**Date de la décision** : 2023-11-09

**[TRADUCTION CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]**

### **DANS L'AFFAIRE D'UNE OPPOSITION**

**Opposante** : WE Charity

**Requérante** : WeWork Companies LLC

**Demande** : 1,754,506 pour WE

### **INTRODUCTION**

[1] WeWork Companies Inc (la Requérante) a déposé la demande d'enregistrement pour la marque de commerce WE (la Marque) en liaison avec les produits et services suivants (les Produits et Services) :

[TRADUCTION]

Logiciels d'application qui permettent aux utilisateurs de gérer leur abonnement à un service d'espaces communautaires de travail, de demander et de gérer des tâches de bureau, de réserver des salles de conférence et de contrôler l'accès utilisateur des employés.

Offre d'espaces communautaires de travail munis de matériel de bureau; services d'incubation d'entreprises, notamment offre d'espaces de travail contenant de l'équipement commercial et d'autres commodités pour les entreprises émergentes, en démarrage et existantes; offre d'utilisation temporaire d'espaces de travail partagés, à savoir de locaux pour bureaux, de locaux pour événements d'entreprise, d'installations, ainsi que de matériel de bureau à partager; exploitation de biens immobiliers commerciaux, de bureaux et de locaux pour bureaux, notamment d'espaces de travail partagés avec des installations pour la tenue de conférences.

Services immobiliers.

Plateformes pour l'offre d'un portail Web qui permet aux consommateurs de gérer leur abonnement à un service d'espaces partagés et privés de travail, de demander et de gérer des tâches de bureau, de réserver des salles de conférence et de contrôler l'accès utilisateur des employés.

[2] WE Charity (l'Opposante) se décrit comme organisme de bienfaisance international et partenaire éducationnel dont les objectifs comprennent l'autonomisation des jeunes. En appui à l'Opposante, l'Opposante invoque les marques de commerce déposées établies à l'annexe A ci-dessous, ainsi que des marques de commerce reconnues en common law. Bien que l'opposition soit principalement fondée sur l'argument que la Marque crée de la confusion avec les marques de commerce de l'Opposante, l'Opposante soulève également deux objections techniques à la demande.

[3] Pour les raisons qui suivent, je rejette l'opposition.

### **HISTORIQUE DU DOSSIER**

[4] En déposant une demande d'enregistrement pour la Marque, la Requérante invoque le fondement de l'emploi projeté des Produits et Services au Canada et revendique une date de dépôt prioritaire du 15 mai 2015. La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* le 29 juin 2016. Le 7 décembre 2017, l'Opposante a produit la déclaration d'opposition contre la Marque en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi). La Loi a été modifiée le 17 juin 2019. Tous les renvois aux présentes sont faits à la Loi dans sa version modifiée, à l'exception des renvois faits aux motifs d'opposition, qui renvoient à la Loi avant sa modification [voir l'article 70 de la Loi qui prévoit que

l'article 38(2) de la Loi, dans sa version antérieure au 17 juin 2019, s'applique aux demandes annoncées avant cette date].

[5] Les motifs d'opposition se résument comme suit :

- La demande n'est pas conforme aux exigences de l'article 30e) de la Loi parce que la Requérante n'avait pas l'intention d'employer la Marque en liaison avec les Produits et Services.
- La demande n'est pas conforme aux exigences de l'article 30j) de la Loi, puisque la Requérante ne pouvait pas être convaincue qu'elle avait le droit d'employer la Marque au Canada à la lumière de l'adoption, de l'emploi, de la révélation et de l'annonce antérieurs des marques de commerce de l'Opposante.
- La demande est en contravention à l'article 12(1)d) de la Loi, puisque la marque crée de la confusion avec les marques de commerce déposées de l'Opposante.
- La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque en vertu de l'article 16(3)a) de la Loi puisqu'elle créait de la confusion avec une ou plusieurs des marques de commerce déposées ou reconnues en common law de l'Opposante.
- La Marque n'est pas distinctive de la Requérante, en contravention à l'article 2 de la Loi.

[6] Afin d'appuyer son opposition, l'Opposante a produit deux affidavits de Mme Dalal Al-Waheidi [le Premier affidavit Al-Waheidi (en date du 7 août 2019) et le Deuxième affidavit Al-Waheidi (en date du 12 août 2019)]. Mme Al-Waheidi est la directrice exécutive de l'Opposante. Elle a été contre-interrogée au sujet des deux affidavits et les transcriptions connexes (la Première transcription et la Deuxième transcription), ainsi que les engagements, ont été versées au dossier.

[7] Afin d'appuyer sa demande, la Requérante a produit un affidavit au nom de Mme Jacinta De Abreu et un autre au nom de Mme Tiffany Carreiro. Les deux personnes sont des employées de l'agent au dossier de la Requérante. La Requérante

invoque également l'affidavit de Mme Rachael Baker, une enquêtrice de propriété intellectuelle. Les auteurs des affidavits de la Requérante n'ont pas été contre-interrogés.

[8] Les deux parties ont produit des observations écrites et participé à une audience le 22 août 2023.

### **FARDEAU DE PREUVE**

[9] C'est à la Requérante qu'incombe le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que la Demande est conforme aux exigences de la Loi. Toutefois, l'Opposante doit s'acquitter du fardeau de preuve initial en produisant suffisamment d'éléments de preuve à partir desquels on peut raisonnablement conclure à l'existence des faits allégués à l'appui de chaque motif d'opposition [*John Labatt Limited c The Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1<sup>re</sup> inst), à la p 298]. La présence d'un fardeau de preuve signifie que, afin qu'un motif soit pris en considération, il doit exister une preuve suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de ce motif.

### **QUESTIONS PRÉLIMINAIRES – EMPLOI DE WE PAR L'OPPOSANTE ET UNE PARTIE CONNEXE**

#### ***Emploi de WE par l'Opposante***

[10] L'Opposante invoque la preuve de Mme Al-Waheidi pour appuyer sa revendication d'emploi antérieur d'une ou plusieurs marques de commerce WE. La nature exacte de ces revendications est quelque peu vague puisque, au paragraphe 2 du Premier affidavit Al-Waheidi, elle affirme que WE Charity a employé WE comme marque de commerce ou avec diverses marques de commerce depuis 2007, alors qu'au paragraphe 6 elle affirme que [TRADUCTION] « certaines des Marques WE » sont employées depuis 2004. Je note que WE Charity n'a commencé à exister que bien après 2007, par conséquent, dans le meilleur des cas, une revendication d'emploi par WE Charity depuis 2007 est imprécise. De plus, pour compliquer la question, sa preuve indique l'emploi d'une ou plusieurs marques de commerce WE par des entités qui sont associées à l'Opposante, sans aucune preuve de l'existence d'une licence. Je vais

maintenant évaluer le Premier affidavit Al-Waheidi de façon plus détaillée dans l'effort de confirmer les droits qui peuvent être attribués à l'Opposante.

[11] Mme Al-Waheidi atteste, au paragraphe 2 de son affidavit, que l'Opposante a été fondée en 1995 sous le nom Free the Children. Je note que, en 2005, une entité sans affiliation, la United Way of Winnipeg, a enregistré la marque de commerce We. sous le numéro LMC654,703. Selon le registre, cet enregistrement a été cédé à Free the Children en date du 3 février 2016 [Premier affidavit Al-Waheidi, Pièce A]. Je note que la preuve suggère qu'il existe à tout le moins un certain emploi de cette marque de commerce par la United Way of Winnipeg avant 2016 [Affidavit Barker, Pièces 21 à 23].

[12] Mme Al-Waheidi regroupe plusieurs marques de commerce WE, y compris certaines qui ne sont pas invoquées dans la déclaration d'opposition, sous la désignation [TRADUCTION] « Marques WE » à l'égard de sa revendication d'emploi depuis au moins 2007. Elle affirme que la marque de commerce WE et les MARQUES WE sont très bien connues [Premier affidavit Al-Waheidi, para 6].

[13] Mme Al-Waheidi affirme que, en 2015, l'Opposante a changé son image de marque pour WE Charity. Il y a cependant certains doutes quant à l'exactitude de cette affirmation puisque, comme l'a fait valoir l'Opposante, les dossiers du registraire ainsi que les dossiers organisationnels dans la preuve indiquent que le changement de nom de l'Opposante de Free the Children à WE Charity a lieu au milieu de 2016 [Affidavit De Abreu, para 5 et Pièce R]. Les communiqués de presse de l'Opposante elle-même suggèrent un moment semblable [Première transcription, Pièce 1]. De plus, lorsqu'elle a été interrogée au sujet de son affirmation que l'Opposante a changé son image de marque en 2015, face à une preuve documentaire indiquant que le changement d'image de marque a eu lieu au milieu de 2016, Mme Waheidi n'avait aucune réponse à offrir (voir, par exemple, la Première transcription, Q103 à 111). De plus, un engagement connexe offrant la possibilité de la clarifier cette incohérence a été refusé. La preuve de Mme Al-Waheidi était de la même façon vague concernant le moment auquel l'emploi du nom commercial Free the Children a cessé [voir, par exemple, les Q140 à 147].

[14] Ces incohérences dans l'affidavit de Mme Al-Waheidi et son témoignage, ainsi que les inexactitudes sans explication, soulèvent d'importants doutes quant à la fiabilité de cette preuve. J'estime que la preuve documentaire, contredisant les affirmations de Mme Al-Waheidi, est fiable et je conclus que l'Opposante n'a pas démontré que la cession de la marque de commerce We. et le changement d'image de marque pour WE Charity ont eu lieu avant le milieu de 2016.

[15] La preuve indique qu'une ou plusieurs marques de commerce WE étaient arborées, par exemple, dans des présentoirs ou sur le site Web de l'Opposante avant l'exercice de changement d'image de marque au milieu de 2016. Lorsqu'elle a été interrogée au sujet de l'emploi antérieur de WE, Mme Al-Waheidi a expliqué que l'emploi de la marque de commerce qui a eu lieu avant le changement d'image de marque l'aurait été dans le cadre de la [TRADUCTION] « Journée We et de l'événement » [Premier affidavit Al-Waheidi, au para 2, et Première transcription, Q153]. Je note que Mme Al-Waheidi affirme que les Journées WE, soit des événements dans des stades célébrant la jeunesse, ont eu lieu depuis 2007. Il existe une preuve documentaire de la [TRADUCTION] « Journée WE » depuis au moins 2012 [Premier affidavit Al-Waheidi, para 14 et Pièces C et E]. Cependant, comme il en sera question ci-dessous, ces documents démontrent l'emploi de WE par deux entités associées, mais séparées.

### ***Emploi de WE par un tiers***

[16] La Requérante affirme que l'emploi de WE dans le contexte de la Journée WE ne profite pas à l'Opposante, puisque la marque de commerce WE DAY & Dessin, enregistrée sous le numéro LMC843,107, appartient à l'entité associée ME to WE Social Enterprises Inc [observations écrites de la Requérante, para 38 et Affidavit Carreiro, para 34].

[17] Lorsqu'elle a été interrogée à ce sujet, Mme Al-Waheidi a confirmé que ME to WE Social Enterprises Inc est en effet une organisation séparée, ayant un conseil d'administration différent. De plus, ME to WE Social Enterprises Inc est un organisme de bienfaisance, alors que We Charity est organisme à but non lucratif [Première transcription, Q159 à 166]. Mme Al-Waheidi a également nommé une autre entité

connexe, We Charity Foundation, indiquant qu'une licence écrite existe entre cette entreprise et l'Opposante. Cependant, la réponse de l'Opposante à l'engagement demande qu'une copie de l'accord soit fournie était qu'aucun accord de ce genre n'existait.

[18] Le matériel documentaire, démontrant l'emploi de WE en liaison avec les événements de la Journée WE et des services de bienfaisance au Canada remontant jusqu'en 2012, indique au moins deux entités séparées, nommément WE Charity (ou son prédécesseur en titre) et WE to ME Social Enterprises Inc. Je note que dans de nombreux cas, les pages Web fournies dans la preuve indiquent des renseignements séparés concernant l'Opposante et ME to WE Social Enterprises Inc. Par exemple, des hyperliens séparés dirigent les visiteurs vers [TRADUCTION] « À propos de We Charity » ou [TRADUCTION] « À propos de Free the Children » et [TRADUCTION] « À propos de Me to We ». Un exemple d'une capture du site Web de 2012 le démontre :



[19] Le message communiqué par ceci, ainsi que d'autres documents, est que WE et les variantes WE sont employées par des entités séparées.

[20] Puisque ME to WE Social Enterprises Inc possède la marque WE DAY & Dessin, je conclus que c'est ME to WE Social Entreprises Inc qui contrôle le caractère ou la qualité des événements de la Journée WE, bien que la preuve ne l'indique pas

clairement. Dans l'absence d'une preuve d'un accord de licence ou d'autres renseignements qui pourraient expliquer la façon dont l'emploi profite à l'Opposante, je ne suis pas en mesure de conclure dans quelle mesure, s'il y a lieu, la marque de commerce We. de l'Opposante a été employée par l'Opposante ou est devenue connue comme la marque de commerce de l'Opposante [*Boehringer Ingelheim Pharma KG c Braintree Laboratories Inc*, 2004 CarswellNat 4704 (COMC)].

### **QUESTION PRÉLIMINAIRE – ADMISSIBILITÉ ET POIDS DE L’AFFIDAVIT BARKER**

[21] L'Opposante n'a présenté aucune observation écrite particulière à l'égard de l'affidavit de Mme Barker. Lorsqu'on le lui a demandé lors de l'audience, l'agent au dossier de l'Opposante a indiqué qu'il ne voulait émettre aucun commentaire au sujet de cette preuve. Cependant, je conclurai que, selon la déclaration de l'Opposante qu'il [TRADUCTION] « n'y a aucune preuve démontrant que la Marque de commerce de la Requérante est devenue connue au Canada », elle estime que l'Affidavit Barker est inadmissible ou qu'on devrait lui accorder une valeur probante limitée ou nulle [observations écrites de l'Opposante, para 17]. La Requérante invoque la preuve de Mme Barker pour affirmer que la Marque est employée au Canada et est devenue bien connue [par exemple, observations écrites de la Requérante, para 174 et 184 à 186]. J'évaluerai donc maintenant la preuve de Mme Barker.

[22] L'Affidavit Barker est composé d'une collection d'articles dans des publications canadiennes et américaines bien connues qui mentionnent la Requérante. Les centaines d'articles publiés entre mai 2015 à juin 2021 ne portent pas nécessairement sur la Requérante, mais comprennent des articles où la Requérante est simplement mentionnée [Affidavit Barker, para 4 et 5 et Pièce 1]. Des articles sont également inclus de la [TRADUCTION] « salle de presse » de la Requérante contenant des renseignements au sujet de ses activités au Canada [Affidavit Barker, Pièces 7 et 8].

[23] De plus, Mme Barker fournit une copie du site Web de la Requérante, notant que la Requérante a des espaces de travail dans quatre villes canadiennes, variant d'un à huit emplacements dans chacune des villes de Toronto, Montréal, Vancouver et



Calgary [Affidavit Barker, para 6 et Pièce 2]. Elle joint des brochures associées à ces emplacements [Affidavit Barker, para 7 à 15, Pièces 3 à 6].

[24] Mme Barker fournit des renseignements au sujet des récentes activités de l'Opposante au Canada, en particulier ses plans allégués de mettre fin à ses activités canadiennes [Affidavit Barker, para 18 à 61, Pièces 7 à 52].

[25] La preuve de Mme Barker comprend également des documents concernant la United Way of Winnipeg, l'organisation de laquelle l'Opposante a fait l'acquisition sa marque de commerce déposée We., ainsi que d'autres entités employant des marques de commerce contenant WE. Ce dernier fait sera abordé de façon plus détaillée ci-dessous en tant que l'une des circonstances de l'espèce.

[26] Les parties pertinentes de la preuve de Barker peuvent être divisées par les volets suivants :

- les publications mentionnant la Requérante;
- le site Web de la Requérante;
- les documents concernant l'Opposante;
- les emplois par des tiers de WE.

### ***Publications mentionnant la Requérante***

[27] Les publications fournies à titre de pièce par un chercheur sont considérées comme du oui-dire à l'égard de la véracité du contenu des articles, puisque le chercheur ne possède pas une connaissance personnelle des faits en question. Cependant, ceux-ci peuvent être admissibles pour la véracité de leur contenu s'ils satisfont le critère de nécessité et de fiabilité [voir *Labatt Brewing Co c Molson Breweries, A Partnership* (1996), 68 CPR (3d) 216 (CF 1<sup>re</sup> inst)]. En appliquant une approche de principe, j'estime que la preuve ne satisfait pas au critère de nécessité [*R c Starr*, 2000 CSC 40, aux para 33 et 34]. Si la Requérante voulait démontrer ses activités ou la notoriété de sa Marque, elle aurait dû présenter un déposant possédant des connaissances personnelles de ces faits. Si elle l'avait fait, cela aurait permis à la preuve d'être analysée par un contre-interrogatoire, au besoin. Je note qu'aucune

explication n'a été fournie quant à la raison pour laquelle elle n'a pas mis de l'avant une personne possédant des connaissances personnelles.

[28] Malgré tout, j'accepte ces articles mentionnant la Requérante comme preuve que les articles existaient. De plus, bien qu'aucun renseignement sur la circulation n'ait été fourni, je suis prête à prendre connaissance d'office du fait que les articles, de grandes publications, ont une certaine circulation au Canada [*Northern Telecom Ltd c Nortel Communications Inc* (1987), 15 CPR (3d) 540 (COMC) à la p 543]. Par conséquent, je conclus que, à la date de ces publications, au moins quelques Canadiens auraient été conscients de la Requérante et de sa marque de commerce WE au Canada.

### ***Site Web de la Requérante***

[29] La Requérante invoque des renseignements au sujet de ses activités commerciales présentés sur son site Web comme preuve de ses activités canadiennes. De nouveau, cela constitue du oui-dire, pourtant la Requérante cherche à invoquer des imprimés du site Web pour la véracité de leur contenu [observations écrites de la Requérante, para 94 à 96, 174 et 184]. J'estime que cette preuve ne satisfait pas au critère de nécessité puisque, comme il a été remarqué ci-dessus, la Requérante aurait pu mettre de l'avant un déposant possédant des connaissances personnelles de son entreprise [*Starr*, aux para 33 et 34]. Par conséquent, j'estime que cet élément de la preuve de la Requérante est inadmissible, à tout le moins pour la véracité de son contenu. De nouveau, j'accepterai que la preuve démontre l'existence du site Web de la Requérante à la date à laquelle l'Affidavit Barker a été exécuté.

### ***Documents concernant l'Opposante***

[30] Comme il est indiqué ci-dessus, les documents de site Web sont en général considérés comme du oui-dire, mais peuvent être admissibles pour la véracité de leur contenu s'ils satisfont aux critères de nécessité et de fiabilité [*Labatt Brewing Co*, précité]. Puisque la Requérante ne possède pas de connaissances personnelles concernant les activités de l'Opposante, je suis prête à accepter que la preuve soit nécessaire. J'estime que la preuve est fiable puisqu'elle provient de l'Opposante qui, en

tant que partie, avait la possibilité de réfuter cette preuve [*Reliant Web Hosting Inc c Tensing Holding BV*, 2012 CarswellNat 836 (COMC), au para 35].

### ***Documents concernant les emplois par des tiers de WE***

[31] Les documents de site Web concernant les tiers, qui emploient présumément WE, constituent de nouveau du ouï-dire. Cependant, puisque bon nombre de sites Web semblent être maintenus par des entités canadiennes avec une présence établie, j'estime que ceux-ci sont quelque peu fiables. S'il n'était pas absolument essentiel que cette preuve soit produite par un chercheur, je reconnais qu'il aurait été difficile d'obtenir une preuve personnelle des multiples tiers concernés. J'estime donc que cette preuve est admissible et je lui accorde un certain poids [*Roots Corporation c YM Inc (Sales)*, 2019 CF 16, aux para 23 à 27].

### **MOTIF D'OPPOSITION FONDÉ SUR L'ARTICLE 12(1)d)**

[32] La date pertinente à l'égard du motif soulevé en vertu des articles 38(2)b) et 12(1)d) de la Loi est la date de ma décision [*Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et Le Registraire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[33] L'Opposante a fait valoir que la Marque crée de la confusion avec les dix enregistrements énumérés à l'annexe A ci-dessous. J'ai exercé le pouvoir discrétionnaire du registraire pour confirmer que ces enregistrements sont en règle [*Quaker Oats Co of Canada c Menu Foods Ltd* (1986), 11 CPR (3d) 410 (COMC)]. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial en ce qui a trait à ce motif d'opposition. Par conséquent, la Requérante a le fardeau de preuve de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a aucune probabilité de confusion entre la Marque et l'une ou plusieurs des marques de commerce déposées de l'Opposante.

[34] Je déterminerai maintenant s'il existe une probabilité raisonnable de confusion avec la Marque et la marque de commerce We. de l'Opposante enregistrée sous le n° LMC654,703 pour les services suivants :

[TRADUCTION]

(1) Services de recherche pour la collecte d'information ayant trait aux questions, tendances et politiques relatives aux communautés; services sondage d'opinion ayant trait aux questions, tendances et politiques relatives aux services sociaux; collecte d'information ayant trait aux résultats de sondages, aux services sociaux, aux programmes communautaires et aux politiques sociales et communication de cette information aux participants et citoyens.

(2) Services de facilitation en vue de l'organisation de discussions concernant les questions, tendances et politiques sociales et de la création de moyens de participation permettant à tous les points de vue de s'exprimer et de forger un consensus sur les questions prioritaires.

(3) Facilitation de l'engagement des personnes et de la mobilisation de l'action collective afin de bâtir des communautés plus solides et plus sécuritaires.

[35] Si l'opposition de l'Opposante n'est pas accueillie à l'égard de sa marque de commerce déposée We., elle ne sera pas accueillie à l'égard de l'une des autres marques de commerce invoquées dans la déclaration d'opposition. À ce sujet, je note que les autres marques de commerce déposées contiennent des éléments supplémentaires qui les distinguent de la Marque. La marque de commerce We. constitue donc le meilleur argument de l'Opposante.

[36] Je suis d'accord avec les commentaires de la Requérante, au paragraphe 141 de ses observations écrites que, malgré l'attention de l'Opposante dans ses observations écrites sur WE, WE INCUBATE et WE INCUBATION HUB, ces marques de commerce ne sont pas invoquées dans le cadre du motif fondé sur l'article 12(1)d). Par conséquent, elles ne feront l'objet d'aucune considération dans le cadre du motif fondé sur l'enregistrabilité.

### ***Test en matière de confusion***

[37] Le test en matière de confusion est évalué comme une question de la première impression dans l'esprit du consommateur ordinaire plutôt pressé à la vue de la marque du requérant, alors qu'il n'a qu'un vague souvenir des marques de commerce de l'opposant et qu'il ne s'arrête pas pour réfléchir à la question en profondeur, pas plus que pour examiner de près les ressemblances et les différences entre les marques.

Lorsqu'il évalue la probabilité de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles expressément énoncées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir : a) le caractère distinctif inhérent de la marque de commerce ou du nom commercial, et la mesure dans laquelle ils sont devenus connus; b) la période pendant laquelle la marque de commerce ou le nom commercial ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; et e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce; notamment dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Il n'est pas nécessaire d'accorder un poids égal à chacun de ces facteurs énumérés, pas plus qu'aux autres circonstances de l'espèce pertinentes [*Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22, *Veuve Cliquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée*, 2006 CSC 23 et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27].

#### Caractère distinctif inhérent et mesure dans laquelle les marques de commerce sont devenues connues

[38] Les marques de commerce qui manquent de caractère distinctif reçoivent en général une portée de protection plus étroite et on peut s'attendre, avec bonnes raisons, à un degré accru de discrimination de la part du public lorsqu'il est exposé à de telles marques de commerce. Il est bien reconnu que des différences relativement petites entre de telles marques de commerce peuvent être suffisantes pour éviter la confusion. Dans la décision *Provigo Distribution Inc c Max Mara Fashion Group SRL* (2005), 2005 CF 1550 (CanLII), 46 CPR (4th) 112, au para 31 (CF 1<sup>re</sup> inst), le juge de Montigny explique :

Comme les deux marques en elles-mêmes sont faibles, il est juste d'affirmer que même de petites différences suffiraient à les différencier. S'il en était autrement, le premier utilisateur de termes couramment employés se verrait conférer injustement un monopole de ces termes. Les tribunaux ont également justifié cette conclusion en affirmant qu'on s'attend à ce que le public soit plus prudent lorsque des noms commerciaux faibles comme ceux-ci sont employés [...]

[39] Une partie qui adopte une marque de commerce faible accepte donc une certaine probabilité de confusion [*General Motors Corp c Bellows* (1949), 1949 CanLII 47 (CSC), 10 CPR 101 (CSC), aux p 115 et 116].

[40] J'estime que la marque de commerce We. de l'Opposante possède un degré limité de caractère distinctif inhérent. L'expression communique l'idée d'un groupe et cela est à tout le moins suggestif, voire descriptif, des activités associées aux services communautaires et sociaux de l'Opposante. Je note que certains des emplois de « we » par l'Opposante, par exemple « We are the change » [Nous sommes le changement] et « WE are a global community » [NOUS sommes une communauté mondiale] confirment le genre descriptif ou suggestif du mot « we » [Premier affidavit Al-Waheidi, Pièce E].

[41] La Marque possède également un degré limité de caractère distinctif inhérent, puisque l'expression est à tout le moins suggestive des Produits et Services interreliés de la Requérante.

[42] Il est possible de renforcer une marque de commerce en faisant en sorte qu'elle devienne connue par son emploi, sa publicisation ou sa promotion. L'Opposante, au paragraphe 17 de ses observations écrites, affirme que ses marques de commerce sont devenues très bien connues au Canada, ayant acquis un achalandage et une réputation énormes au Canada subséquemment à une publicisation et un emploi importants partout au Canada. La Requérante fait une interprétation différente, à savoir que la preuve est déficiente, ne démontre pas l'emploi par l'Opposante, ou autrement suggère que c'est ME to WE Social entreprises Inc, plutôt que l'Opposante, qui emploie la marque de commerce [observations écrites de la Requérante, para 32 à 55].

[43] À la lumière de mes conclusions d'un emploi sans licence par des entités connexes, il n'y a aucune preuve que l'Opposante a acquis une réputation en liaison avec l'emploi de We. Par conséquent, il n'y a aucune preuve que la marque de commerce WE a acquis un caractère distinctif au Canada.

[44] La Requérante a invoqué la preuve de Mme Barker pour appuyer sa position que l'emploi de la Marque au Canada a été important et répandu. Comme il en a été question ci-dessus, les publications versées dans la preuve par Mme Barker suggèrent que certains Canadiens ont été informés de la Marque. Je suis donc convaincue que, à

la date pertinente, la Marque était devenue connue à tout le moins dans une certaine mesure au Canada. Par conséquent, ce facteur favorise légèrement la Requérante.

#### Période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage

[45] Pour les raisons établies ci-dessus, je ne peux pas conclure que l'Opposante a employé sa marque de commerce We. dans une quelconque mesure au Canada. En termes d'emploi par la Requérante de la Marque, bien que la preuve Barker me permette de conclure que la Marque est devenue connue dans une certaine mesure limitée, elle n'est pas suffisante pour établir l'emploi continu de la marque de commerce à partir d'une date en particulier. Par conséquent, ce facteur ne favorise aucune des parties.

#### Gendre des produits, des services et entreprises et nature du commerce

[46] Les services de l'Opposante, que ce soit la recherche, la collecte d'information, la facilitation de l'organisation ou la facilitation de l'engagement, concernent tous les questions, les tendances et les politiques relatives aux services sociaux.

[47] Cela est en contraste aux Produits et Services de la Requérante, lesquels concernent des installations communautaires de travail comme de l'espace et de l'équipement, ainsi que des services immobiliers. Les services axés sur la communauté et la bienfaisance de l'Opposante diffèrent des produits et services de la Requérante associés à la location commerciale d'espace de travail. J'estime que les entreprises, les produits et les services respectifs ne sont pas étroitement associés et ne se chevauchent d'aucune façon.

[48] La nature des commerces auxquels les parties participent diffère également. Comme l'a fait valoir la Requérante, le fait qu'elle soit une entité à but lucratif alors que l'Opposante est un organisme de bienfaisance à but non lucratif différencie les entreprises et les voies de commercialisation des parties [*Fondation Oculus des Maladies de l'oeil Inc c Gestion Centrevision Inc* (1994) 58 CPR (3d) 254, au para 9]. Par exemple, je note que Mme Al-Waheidi, lorsqu'elle a été interrogée au sujet de la location d'espace, a répondu [TRADUCTION] « non, en tant qu'organisme de

bienfaisance, nous ne pouvons pas faire ça » [Deuxième transcription, Q375]. Puisqu'il n'y a aucune preuve de chevauchement à l'égard des produits, des services ou des entreprises des parties et que les voies de commercialisation semblent différer, ces facteurs favorisent tous la Requérante.

Similarité dans la présentation, le son et les idées suggérées

[49] L'Opposante caractérise la Marque comme identique à sa marque de base WE et affirme qu'il est probable qu'un consommateur avec un souvenir imparfait puisse les confondre [observations écrites de l'Opposante, para 30 et 35]. La Requérante concède que la Marque est [TRADUCTION] « presque identique » à la marque de commerce We. de l'Opposante [observations écrites de la Requérante, para 216]. Cependant, la Requérante observe que le fait que les marques de commerce en question sont identiques ou presque identiques n'est pas nécessairement déterminant, invoquant la décision de la Cour fédérale dans *Canada Wire & Cable c Heatex Howden Inc* (1986), 13 CPR (3d) 183, au paragraphe 2 :

[TRADUCTION]

Il est reconnu, bien entendu, que les marques en question ici sont identiques et, en effet, que la marque est faible et, par conséquent, le point de décision pour le registraire était de savoir si les produits étaient semblables et si les diverses voies de distribution étaient semblables ou s'ils étaient suffisamment séparés et distincts de chacun pour éliminer la probabilité de confusion.

[50] Je suis d'accord avec la Requérante. Les marques de commerce des parties sont faibles et méritent une portée de protection étroite, par conséquent le point de décision est de savoir si les produits, services, entreprises et voies de commercialisation sont semblables ou suffisamment différents pour éliminer la probabilité de confusion. Même sans tenir compte des circonstances de l'espèce supplémentaires abordées ci-dessous, dont l'une favorise la Requérante, j'aurais conclu que l'analyse de la confusion dépend de la similarité, ou de l'absence de celle-ci, entre les produits, les services, les entreprises et les voies de commercialisation des parties. Par conséquent, bien que le fait que les marques sont presque identiques favorise



l'Opposante, cela n'est pas déterminant à l'égard du résultat de l'analyse de la confusion.

### Circonstances de l'espèce

#### *Emploi par des tiers*

[51] La Requérante invoque *Grant Industries Inc c Alfred Grass Gesellschaft mbH Metallwarenfabrik* (1991), 39 CPR (3d) 46 à la p 54 (CF 1<sup>re</sup> inst); *Esprit de Corp c SC Johnson & Son Inc* (1986), 13 CPR (3d) 235 à la p 247 (CF 1<sup>re</sup> inst); *Kimberly-Clark of Canada Ltd c Molylycke Ab* (1982), 61 CPR (2d) 42 au para 28 (CF 1<sup>re</sup> inst) en appui de ses affirmations que, en raison de l'emploi répandu par des tiers du mot WE, en liaison avec des services de bienfaisance, la marque de commerce de l'Opposante mérite une portée très étroite de protection (observations écrites de la Requérante, para 152 à 161). Je suis d'accord que l'étendue de l'emploi par d'autres tiers dans le domaine des services de bienfaisance a tendance à appuyer la conclusion que le caractère distinctif inhérent de la marque de commerce We. de l'Opposante est très limité.

[52] La Requérante invoque la preuve de l'état du registre, les résultats de recherches en ligne et une enquête des organismes de bienfaisance enregistrés afin d'appuyer son affirmation que le mot WE a un emploi répandu dans le domaine des services de bienfaisance. Je note qu'il est approprié de tirer des conclusions quant à l'état du marché si un grand nombre d'enregistrements pertinents est démontré ou lorsque la preuve démontre qu'il y a un emploi répandu dans le marché de marques de tiers semblables [*Kellogg Salada Canada Inc c Maximum Nutrition Ltd* (1992), 43 CPR (3d) 349 (CAF); *McDowell c Laverana GmbH & Co KG*, 2017 CF 327, aux para 41 à 46].

[53] Autre que les marques de commerce formées de WE appartenant à ME to WE Social Enterprises Inc, la preuve suggère que d'autres emploient également WE comme élément dans leurs marques de commerce dans le domaine des œuvres de bienfaisance. La preuve de Mme Carreiro, aux Pièces 35 à 49, indique plusieurs enregistrements associés aux services de bienfaisance.

[54] L'état du registre est pertinent dans la mesure qu'il permet de tirer des conclusions concernant l'état du marché lorsqu'un grand nombre d'enregistrements pertinents sont trouvés. Le nombre précis de marques semblables dépend des faits d'une affaire donnée [*Hawke & Company Outfitters LLC c Retail Royalty Company*, 2012 CF 1539]. En l'espèce, le nombre d'enregistrements pertinents n'est pas excessif. Cependant, je garde également à l'esprit la preuve de Mme Barker comprenant approximativement le même nombre de sites Web de tiers associés aux œuvres de bienfaisance où WE est arboré. De plus, Mme De Abreu énumère un certain nombre d'organismes de bienfaisance enregistrés qui emploient WE. Il y a un certain chevauchement, mais bien que tout chevauchement réduise le nombre total d'entités employant WE, cela corrobore également que de telles entités sont probablement actives présentement et offrent des services au Canada. De plus, Mme Al-Waheidi elle-même reconnaît un certain emploi de WE par des tiers [Première transcription, Q401, 402, 406 et 407].

[55] Compte tenu de la preuve dans son ensemble, je conclus que WE est communément employé comme élément de marques de commerce pour les services de bienfaisance. Les clients et les bénéficiaires des services sont donc habitués à distinguer ces marques de commerce grâce, par exemple, à de petites différences dans les marques de commerce, les produits et les services ou les voies de commercialisation. Je conclus que cette circonstance de l'espèce favorise la Requérante.

#### *Famille d'enregistrements We de la Requérante*

[56] La Requérante affirme que ses nombreux enregistrements de marques de commerce, comportant WE, constituent une famille de marques de commerce qui correspond à la présomption que les marques de commerce contenant un élément commun constituent une série de marques associées qui sont indicatives d'une seule source. Elle invoque *Consumers Distributing Co c United Consumers Club Inc* (1991), 35 CPR (3d) 259 à la p 271 et 272 (CF 1<sup>re</sup> inst).

[57] Il est bien établi que la possession d'une ou plusieurs marques de commerce n'accorde pas à un requérant le droit automatique d'obtenir l'enregistrement d'autres marques [*Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH c Produits Menagers Coronet Inc*, 4 CPR (3d) 108 (COMC); et *Groupe Lavo Inc c Procter & Gamble Inc* (1990), 32 CPR (3d) 533 (COMC)]. De plus, il n'y a aucune circonstance en l'espèce qui appuierait la conclusion que l'existence de ces enregistrements antérieurs est une circonstance de l'espèce pertinente [*Caesarstone Sdot-Yam Ltd c Ceramiche Caesar SPA*, 2016 CF 895, aux para 50 à 56]. Plus particulièrement, je n'estime pas que la Marque soit très semblable aux marques de commerce précédemment enregistrées de la Requérante. Je note également qu'il n'y a aucune présomption d'une famille de marques. Une entité cherchant à établir une famille de marques doit démontrer l'emploi de plus d'une ou deux marques au sein de la famille alléguée [*Techniquip Ltd c Assoc olympique canadienne* (1998), 145 FTR 59 (CF 1<sup>re</sup> inst), conf par (1999), 250 NR 302 (CAF); *Now Communications Inc c CHUM Ltd* (2003), 32 CPR (4th) 168 (COMC)]. Je n'estime pas que la preuve de la Requérante soit suffisante pour établir un tel emploi. J'estime donc que ces circonstances n'appuient pas l'argument de la Requérante.

#### *Aucune preuve de confusion réelle*

[58] La Requérante fait valoir que l'absence de confusion réelle défavorise une conclusion de confusion [observations écrites de la Requérante, paragraphes 235 à 244]. Dans certains cas, l'absence d'une preuve de confusion réelle entre les marques des parties, malgré un chevauchement des produits et des services ou des voies de commercialisation, peut conduire à une conclusion défavorable quant à la solidité de l'argument d'un opposant. Cependant, puisque les produits, les services et les voies de commercialisation diffèrent, cela explique l'absence de confusion réelle. De plus, la Requérante n'a pas démontré l'étendue des ventes des Produits et Services au Canada, ce qui fait qu'il est difficile d'évaluer l'importance de l'absence de cas de confusion signalés.

### *Preuve de liquidation*

[59] La Requérante affirme que la preuve démontre que l'Opposante liquide ses activités canadiennes. La Requérante invoque des documents, provenant de l'Opposante, annonçant qu'elle mettra fin à ses activités canadiennes [Affidavit Barker, Pièces 10 et 11]. Cependant, puisque ces documents suggèrent également la création d'une fondation pour continuer à offrir certains des services, et puisque l'Opposante est libre, par exemple, de céder tout droit existant, je n'estime pas qu'il s'agisse d'une circonstance de l'espèce qui favorise la Requérante.

### ***Conclusion – Motif fondé sur l'enregistrabilité***

[60] Je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a aucune probabilité de confusion entre la Marque et We., ou toute autre marque de commerce déposée de l'Opposante. J'arrive à cette conclusion après avoir considéré que, bien que la Marque soit presque identique à la marque de commerce We. de l'Opposante, le mot WE est faible, particulièrement dans le contexte des services de l'Opposante. Sans surprise, l'état du registre et du marché suggère que d'autres dans l'industrie des services de bienfaisance emploient WE également. J'ai également considéré le fait que la Marque possède un caractère distinctif inhérent et acquis légèrement plus élevé comparativement à celui des marques de commerce de l'Opposante. L'emploi non exclusif de WE par l'Opposant signifie que la période d'emploi de la marque de commerce et l'étendue dans laquelle la marque de commerce est devenue connue n'appuient pas son argument. Je conclus donc que c'est le genre des produits, des services et des entreprises qui constitue le facteur le plus important parmi ceux analysés et, puisqu'il n'y a aucun chevauchement, il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion. Par conséquent, le motif fondé sur l'article 12(1)d) est rejeté.

### **MOTIF D'OPPOSITION FONDÉ SUR L'ABSENCE DU DROIT À L'ENREGISTREMENT**

[61] L'Opposante fait valoir que la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement en vertu de l'article 16(3)a) puisque, à la date pertinente, la Marque créait de la confusion avec ses marques de commerce déposées et reconnues en

common law précédemment employées ou révélées au Canada. La date pertinente pour ce motif d'opposition est la date de dépôt prioritaire.

[62] Pour ce motif d'opposition, l'Opposante a le fardeau de preuve initial de démontrer l'emploi d'au moins une de ses marques de commerce avant la date de dépôt de la Requérante et qu'elle n'avait pas abandonné sa marque de commerce à la date de l'annonce [article 16(1) de la Loi].

[63] À l'égard du motif fondé sur l'absence du droit à l'enregistrement, l'Opposante allègue également, au paragraphe 4 de sa déclaration d'opposition, l'emploi [TRADUCTION] « d'autres marques de commerce contenant le mot WE » en liaison avec :

[TRADUCTION]

l'offre d'espaces de travail et d'espaces de bureau et l'offre de services d'incubation pour les entreprises, les employés, les fondations, les jeunes et les entrepreneurs dans le domaine des entreprises sociales, des organismes de bienfaisance et des organismes à but non lucratif, ainsi que la collecte de fonds à des fins de bienfaisance, des services éducationnels et de la recherche, ainsi que la facilitation de l'engagement des personnes, des familles et des employés à diverses fins, y compris le renforcement communautaire, les enjeux sociaux et les campagnes de bienfaisance.

[64] Je note que le Deuxième affidavit Al-Waheidi se concentre sur l'emploi de la marque de commerce WE INCUBATE. Les services offerts en liaison avec la marque de commerce WE INCUBATE sont dits être des services d'incubation pour les entreprises de démarrage canadiennes, notamment les entreprises sociales et les organismes de bienfaisance qui participent au changement social. Mme Al-Waheidi affirme qu'il y a eu l'emploi de cette marque de commerce depuis au moins aussi tôt que septembre 2014 [Deuxième affidavit Al-Waheidi, para 3].

[65] Afin d'appuyer la revendication d'emploi de WE INCUBATE, Mme Al-Waheidi fournit une photo illustrant une affiche qui fait référence à l'année scolaire 2014-2015 et qui indique [TRADUCTION] « Joignez-vous à nous à l'administration centrale WE pour du mentorat et de l'encadrement [...] » et [TRADUCTION] « Laissez-nous vous aider à incubé vos idées ». Si la marque de commerce WE INCUBATE est arborée sur cette affiche, elle n'est pas lisible. Je note que Mme Al-Waheidi ne possède aucune

connaissance personnelle au sujet de la photo et de l'événement; de plus, elle ne pouvait pas lire le libellé ou fournir une copie claire [Deuxième transcription, Q330 à 336 et engagement 3]. Le reste de la preuve, associé à l'emploi allégué antérieur à la date pertinente, est formé de ce qui semble être une épreuve d'imprimerie pour une brochure contenant les mêmes renseignements. Je note que cela illustre WE INCUBATE [Deuxième affidavit Al-Waheidi, Pièce A]. Cependant, il est affirmé que le document a été fourni dans le cadre de conférences, d'événements éducationnels et de séminaires offerts par Craig et Marc Kielburger. Je ne peux donc pas conclure que la distribution de ces documents était par l'Opposante, plutôt que l'une de ses entités affiliées.

[66] D'autres documents fournis par Mme Al-Waheidi, dans le cadre de la Pièce A à son deuxième affidavit, comprennent des descriptions d'un [TRADUCTION] « Centre d'incubation WE » qui offre un programme intensif de deux jours pour les jeunes de 14 à 19 ans pour développer une entreprise sociale, un projet, un service ou un produit. « We Social Incubation » est décrit comme une expérience d'apprentissage en douze étapes, au WE Global Learning Center, pour développer et lancer sa propre entreprise sociale. Cette preuve est ultérieure à la date pertinente et ne démontre donc pas l'emploi par l'Opposante de WE INCUBATE, ce qui serait suffisant pour lui permettre de s'acquitter de son fardeau preuve, même si elle offre certaines clarifications quant au genre des services associés à WE INCUBATE.

[67] Même si je devais accepter que les brochures et d'autres documents dans la preuve illustrant WE INCUBATE constituent un emploi de la marque de commerce qui profite à l'Opposante, et que les services étaient offerts à la date pertinente ou avant, en l'absence de preuve supplémentaire liant plus étroitement les voies de commercialisation, les produits et les services respectifs, il n'existe pas un chevauchement suffisant pour changer le résultat par rapport à celui de l'analyse de l'enregistrabilité ci-dessus. Cela est vrai à l'égard des facteurs de similarité entre les produits, les services, les entreprises ou les voies de commercialisation, ainsi que pour le résultat de l'analyse de la confusion en général. D'ordre général, les services de l'Opposante comprennent de l'encadrement et du mentorat, alors que les activités de la

Requérante correspondant à l'offre d'installations comme de l'espace physique et de l'équipement.

[68] Reconnaissant qu'il y a des questions quant à qui l'emploi de la marque de commerce WE profite, j'estime que, dans la mesure que l'Opposante s'acquitte de son fardeau à l'égard de l'une de ses marques de commerce déposées, ce motif d'opposition est rejeté pour les mêmes raisons à l'égard du motif fondé sur l'article 12(1)d).

### **MOTIF D'OPPOSITION FONDÉ SUR LE CARACTÈRE DISTINCTIF**

[69] L'évaluation de ce motif d'opposition diffère de celle du motif fondé sur l'article 12(1)d), puisque la date pertinente est la date de dépôt de l'opposition, à savoir le 29 novembre 2017 [*Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc* 2004 CF 1185].

[70] Afin de s'acquitter de son fardeau de preuve initial pour ce motif d'opposition, l'Opposante doit démontrer que l'une de ses marques de commerce WE invoquées est devenue suffisamment connue pour annuler le caractère distinctif de la Marque [*Bojangles' International, LLC c Bojangles Café Ltd*, 2006 CF 657].

[71] L'Opposante allègue que la Marque ne distingue pas réellement les Produits et les Services des produits et services de l'Opposante. Je note que l'Opposante n'allègue pas que la marque de la Requérante n'est pas distinctive en raison de l'emploi de WE par We to Me Social Entreprises ou d'autres entités connexes. Le motif n'est donc pas accueilli puisque l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial de démontrer que son emploi, ou l'emploi par une entité affiliée dont l'emploi profite à l'Opposante, lui a permis d'acquérir une certaine réputation pour une ou plusieurs des marques de commerce WE avant la date pertinente de façon à ce que la marque de commerce soit connue dans une certaine mesure au Canada ou bien connue dans une région particulière du Canada [*Bojangles*, précité, aux para 33 et 34].

[72] À la lumière de la preuve d'emploi invoquée par l'Opposante résumée ci-dessus, je ne suis pas convaincue que l'Opposante se soit acquittée de son fardeau dans le cadre de ce motif. Ce motif est donc rejeté.

[73] Même si l'Opposante s'était acquittée de son fardeau, les différences dans les dates pertinentes entre ce motif et le motif fondé sur l'article 12(1)d) n'auraient pas changé le résultat de ma décision quant à la question de confusion. Ce motif aurait donc été rejeté de toute façon.

### **MOTIFS D'OPPOSITION FONDÉS SUR LES ARTICLES 30E) ET 30I)**

[74] C'est la date de dépôt qui constitue la date pertinente pour ces motifs d'opposition.

[75] À l'égard de l'article 30I), l'Opposante fait valoir que la Requérante ne pouvait pas être convaincue qu'elle avait le droit d'employer la Marque au Canada en liaison avec les Produits en raison de l'adoption, de l'emploi, de la révélation et de l'annonce antérieurs par l'Opposante de la famille de marques de commerce déposées de l'Opposante.

[76] La simple connaissance de l'existence des marques de commerce de l'Opposante n'étaye pas en soi une allégation selon laquelle la Requérante n'aurait pas pu être convaincue de son droit d'employer la Marque [*Woot, Inc c Woot Restaurants Inc Les Restaurants Woot Inc*, 2012 COMC 197]. Par conséquent, l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial dans le cadre de ce motif d'opposition et je le rejette également.

[77] En ce qui a trait à l'article 30e), l'Opposante fait valoir que la Requérante n'avait pas l'intention d'employer la Marque au Canada en liaison avec les Produits et Services. Puisque l'Opposante n'a fourni aucune preuve ou aucun argument concernant ce motif, elle ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial. Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté.



## **DÉCISION**

[78] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition selon les dispositions de l'article 38(12) de la Loi.

---

Coleen Morrison  
Membre  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
William Desroches  
Le français est conforme aux WCAG.

## ANNEXE A – Marques déposées de l’Opposante

| Marque de commerce       | N° d’enregistrement ou de demande | Produits et Services   |
|--------------------------|-----------------------------------|--|
| <b>We.</b>               | LMC654,703                        | <p style="text-align: center;">[TRADUCTION]</p> <p>(1) Services de recherche pour la collecte d’information ayant trait aux questions, tendances et politiques relatives aux communautés; services sondage d’opinion ayant trait aux questions, tendances et politiques relatives aux services sociaux; collecte d’information ayant trait aux résultats de sondages, aux services sociaux, aux programmes communautaires et aux politiques sociales et communication de cette information aux participants et citoyens.</p> <p>(2) Services de facilitation en vue de l’organisation de discussions concernant les questions, tendances et politiques sociales et de la création de moyens de participation permettant à tous les points de vue de s’exprimer et de forger un consensus sur les questions prioritaires.</p> <p>(3) Facilitation de l’engagement des personnes et de la mobilisation de l’action collective afin de bâtir des communautés plus solides et plus sécuritaires.</p> |
| <b>WE STAND TOGETHER</b> | LMC915,902                        | <p style="text-align: center;">[TRADUCTION]</p> <p>(1) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d’activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d’adresses; étiquettes d’adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d’information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(2) Tee-shirts; pulls d’entraînement; pantalons d’entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour</p>   |

|                                 |  |  |
|---------------------------------|--|--|
|                                 |  | <p>nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(3) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires, conférences éducatives avec prestations de musique, tous dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
| <p><b>WE ADOPT VILLAGES</b></p> |  | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Accessoires d'ordinateur, notamment tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p> <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour</p>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; malles; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pinces de cravate.</p> <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, notamment étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'événements communautaires, notamment divertissement, à savoir concerts et conférences éducatives avec prestations de musique, tous dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
|--|--|---|

|                               |                   |   |
|-------------------------------|-------------------|---|
| <p><b>WE ARE<br/>LOVE</b></p> | <p>LMC878,739</p> | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Accessoires d'ordinateur, notamment tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p> <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; mallettes; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pinces de cravate.</p> |
|-------------------------------|-------------------|---|

|                      |            |  |
|----------------------|------------|--|
|                      |            | <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, nommément étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, nommément offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p>                                  |
| <b>WE CLUBS</b>      | LMC915,901 | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; bulletins d'information.</p> <p>(2) DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale.</p> <p>Services (classe Nice et état déclaratif)</p> <p>(1) Services éducatifs, nommément offre de ce qui suit : livres éducatifs, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires, nommément divertissement, à savoir concerts et conférences éducatives avec prestations de musique, tous dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
| <b>WE ARE SILENT</b> | LMC878,669 | <p>[TRADUCTION]</p>  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>(1) Accessoires d'ordinateur, nommément tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p> <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; mallettes; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pinces de cravate.</p> <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, nommément étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> |
|--|--|---|

|                           |            |  |
|---------------------------|------------|--|
|                           |            | <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p>  |
| <b>WE LIVE THE CHANGE</b> | LMC915,903 | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Livres d'activités pour enfants; livres éducatifs; signets.</p> <p>(2) DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale.</p> <p>(3) Tasses.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires, notamment divertissement, à savoir concerts et conférences éducatives avec prestations de musique, tous dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
| <b>WE SCARE HUNGER</b>    | LMC878,690 | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Accessoires d'ordinateur, notamment tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p>  |



|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; mallettes; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pincettes de cravate.</p> <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, notamment étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications</p> |
|--|--|---|

|                       |            |  |
|-----------------------|------------|--|
|                       |            | <p>éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p>  |
| <b>WE<br/>SCHOOLS</b> | LMC907,926 | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Accessoires d'ordinateur, nommément tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p> <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p> <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; mallettes; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de</p> |

|                         |            |  |
|-------------------------|------------|--|
|                         |            | <p>bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pincés de cravate.</p> <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, nommément étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, nommément offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'évènements communautaires, nommément divertissement, à savoir concerts et conférences éducatives avec prestations de musique, tous dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
| <b>WE CREATE CHANGE</b> | LMC878,696 | <p>[TRADUCTION]</p> <p>(1) Accessoires d'ordinateur, nommément tapis de souris, souris, étuis pour disques, étuis d'ordinateur.</p> <p>(2) Crayons; stylos; étuis à stylos et à crayons; livres d'activités pour enfants; manuels scolaires; livres éducatifs; livres à colorier; autocollants; cartes de souhaits; papier à lettres; blocs-notes; enveloppes; carnets d'adresses; étiquettes d'adresse; calendriers; signets; agendas; magazines; bulletins d'information; albums photos; tampons en caoutchouc; reliures; presse-papiers.</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>(3) Tee-shirts; pulls d'entraînement; pantalons d'entraînement; pantalons; shorts; pyjamas; ceintures; cravates; chapeaux; vestes; parkas; manteaux; serviettes; bandanas; vêtements pour nourrissons; bavoirs; chaussettes; chaussures; pantoufles; bottes; sandales.</p> <p>(4) Fourre-tout; bagagerie; étiquettes à bagages; portefeuilles; mallettes; sacs de sport; sacs à main; parapluies; sacs à dos; sacs de plage; sacs à livres; sacs à couches; sacs polochons; sacs banane; sacs à main; sacs à dos; étuis porte-clés; sacs d'école; sacs à provisions.</p> <p>(5) CD-ROM préenregistrés contenant des enregistrements audio et vidéo et de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international; DVD préenregistrés contenant de l'information dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes et du développement international.</p> <p>(6) Aimants; chaînes porte-clés; autocollants pour pare-chocs; macarons de campagne et de fantaisie; épinglettes; pincettes de cravate.</p> <p>(7) Accessoires de téléphone cellulaire, notamment étuis de téléphone cellulaire et façades pour téléphones cellulaires.</p> <p>(8) Boîtes-repas; bouteilles d'eau; verres; tasses; contenants isothermes pour boissons; grandes tasses à café.</p> <p>(1) Services éducatifs, notamment offre de ce qui suit : livres et magazines éducatifs, publications éducatives en ligne, didacticiels, vidéos éducatives, conférences éducatives et programmes éducatifs, tous dans les domaines de la justice sociale, des activités de bienfaisance, du leadership chez les jeunes, du développement international; organisation d'événements communautaires dans les domaines de la justice sociale et du développement communautaire, campagnes de financement à des fins caritatives.</p> |
|--|--|--|

# Comparutions et agents inscrits au dossier

**DATE DE L'AUDIENCE :** 2023-08-22

## **COMPARUTIONS**

**Pour l'Opposante :** David Schnurr

**Pour la Requérante :** Mark Evans

## **AGENTS AU DOSSIER**

**Pour l'Opposante :** Miller Thompson LLP

**Pour la Requérante :** Smart & Biggar LP