



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

Référence : 2015 COMC 220
Date de la décision : 2015-12-08
[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]

DANS L'AFFAIRE DES OPPOSITIONS

Harman International Industries, Inc. **Opposante**

et

AASTRA TECHNOLOGIES LIMITED **Requérante**

1,454,279 pour la marque de commerce **Demandes**
HI-Q

1,454,280 pour la marque de commerce
HI-Q & Dessin

[1] AASTRA Technologies Limited (la Requérante) a produit une demande d'enregistrement des marques de commerce Hi-Q et Hi-Q & Dessin aux fins d'emploi en liaison avec des produits et des services dans le domaine des conférences audio et vidéo, y compris des téléphones, des visiophones, des ordinateurs ainsi que la transmission et la réception de la voix pour les audioconférences et les vidéoconférences. Les demandes de la Requérante sont fondées sur l'emploi de ces marques de commerce depuis le 1^{er} septembre 2009.

[2] Harman International Industries, Inc. (l'Opposante) allègue qu'elle emploie la marque de commerce HIQNET et une version figurative de celle-ci en liaison avec des logiciels de commande à distance de produits audio depuis 2006, et qu'elle vend des produits contenant le logiciel HiQnet au Canada depuis cette même année. L'Opposante s'est principalement opposée à ces demandes parce que les marques de commerce Hi-Q et Hi-Q & Dessin créent de la confusion avec son emploi antérieur des marques de commerce HIQNET. L'Opposante soulève également deux problèmes de nature technique : (i) la demande n'est pas rédigée dans les termes ordinaires du commerce et (ii) les marques de commerce HI-Q et Hi-Q & Dessin n'ont pas été employées au Canada depuis le 1^{er} septembre 2009, comme il est allégué dans la demande.

[3] Pour les motifs exposés ci-après, j'estime que les oppositions doivent être rejetées.

Demande n° 1,454,279

[4] Je vais d'abord me pencher sur l'opposition à la demande n° 1,454,279 produite par l'Opposante.

Contexte

[5] Le 24 septembre 2009, la Requérante a produit une demande d'enregistrement pour la marque de commerce Hi-Q (la Marque), sur la base de son emploi de la Marque depuis le 1^{er} septembre 2009 en liaison avec les produits et les services, tels qu'ils ont été modifiés et qui sont énoncés à l'annexe A (les Produits et Services).

[6] La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 20 octobre 2010. L'Opposante a produit une déclaration d'opposition le 20 juin 2011. Les motifs d'opposition invoqués sont les suivants :

- (a) La demande n'est pas conforme à l'article 30a) de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi) puisque les produits [TRADUCTION] « et les logiciels connexes » et les services [TRADUCTION] « services de télécommunication » ne sont pas rédigés dans les termes ordinaires du commerce.

- (b) La demande n'est pas conforme à l'article 30*b*) de la Loi, parce que la Requérante n'a pas employé la Marque au Canada en liaison avec chacun des Produits et Services depuis la date de premier emploi revendiquée, soit le 1^{er} septembre 2009.
- (c) La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque en vertu de l'article 16(1)*a*) parce que celle-ci créait de la confusion avec les marques de commerce HIQNET et HIQNET & Dessin (reproduites ci-dessous) qui avaient antérieurement été employées au Canada par l'Opposante en liaison avec des [TRADUCTION] « logiciels pour la télécommande d'un ou de plusieurs produits audio, notamment microphones, consoles de mixage, amplificateurs, appareils de traitement de signaux et haut-parleurs utilisés pour la commande et la configuration de produits audio dans un système en réseau » et que ces marques de commerce n'avaient pas été abandonnées à la date de l'annonce de la demande.



- (d) La Marque n'est pas distinctive au sens de l'article 2 de la Loi en ce qu'elle ne distingue pas et n'est pas adaptée à distinguer les Produits et Services de la Requérante des ceux de tiers, y compris des produits de l'Opposante.

[7] La Requérante a produit et signifié une contre-déclaration, dans laquelle elle conteste les allégations de l'Opposante.

[8] Comme preuve, l'Opposante a produit l'affidavit de Curtis Rex Reed. La Requérante a produit en preuve l'affidavit de Steven D. Hawkins. Les deux parties ont

produit un plaidoyer écrit. Une audience a été tenue le 2 octobre 2015; la Requérante y était représentée.

Fardeau de preuve et dates pertinentes

[9] C'est à la Requérante qu'incombe le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que sa demande est conforme aux exigences de la Loi. L'Opposante a toutefois le fardeau de preuve initial de présenter une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de chacun des motifs d'opposition [voir *John Labatt Limited c The Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3^e) 293 (CF 1^{re} inst) à la p 298].

[10] Les dates pertinentes qui s'appliquent aux motifs d'opposition soulevés sont les suivantes :

- articles 38(2)a) et 30 – la date de production de la demande d'enregistrement [*Georgia-Pacific Corp c Scott Paper Ltd* (1984), 3 CPR (3^e) 469 (COMC) à la p 475];
- articles 38(2)b) et 12(1)d) – la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et le Registraire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3^e) 413 à la p 422 (CAF)];
- articles 38(2)c) et 16(1) – la date de premier emploi alléguée dans la demande [article 16(1)]; si toutefois une partie opposante conteste avec succès la date de premier emploi, la date pertinente devient la date de production de la demande d'enregistrement [*Everything for a Dollar Store (Canada) Inc c Dollar Plus Bargain Centre Ltd* (1998), 86 CPR (3^e) 269 (COMC)];
- articles 38(2)d) et 2 – la date de production de la déclaration d'opposition [voir *Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc* (2004), 34 CPR (4^e) 317, à la p 324 (CF)].

Motifs d'opposition

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

[11] L'Opposante allègue que la demande n'est pas conforme aux exigences de l'article 30a) de la Loi puisque la demande ne renferme pas un état déclaratif rédigé dans les termes ordinaires du commerce. Le fardeau de preuve initial qui incombe à l'Opposante en vertu de l'article 30a) n'est pas contraignant et elle peut s'en acquitter en présentant des arguments [voir *McDonald's Corp c M.A. Comacho-Saldana International Trading Ltd* (1984), 1 CPR (3^e) 101 (COMC) à la p 104]. L'Opposante fait valoir que la description [TRADUCTION] « ... logiciels connexes » dans la liste de produits ne décrit pas de façon suffisamment claire la fonction des logiciels de la Requérante. L'Opposante soutient aussi que la déclaration selon laquelle les services de télécommunication concernent [TRADUCTION] « la transmission et la réception électroniques pour vidéoconférences et audioconférences » est trop vague, en ce sens qu'elle ne décrit pas véritablement les services.

[12] Bien que les observations de l'Opposante lui permettent de s'acquitter du fardeau de preuve peu contraignant qui lui incombe, la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime pour les raisons énoncées ci-après.

[13] Il y a deux questions à trancher au titre d'un motif d'opposition fondé sur l'article 30a) : premièrement, celle de savoir si l'état déclaratif des produits ou des services est rédigé dans les termes ordinaires du commerce; et deuxièmement, s'il désigne adéquatement les produits et services précis [*Whirlpool SA c Eurotherm Holdings Ltd*; 2010 COMC 171 au para 39].

[14] Le *Manuel des produits et des services* du Bureau canadien des marques de commerce présente une liste représentative des produits et des services acceptables. Au point II.5.4 du *Manuel d'examen des marques de commerce* du Bureau canadien des marques de commerce, on explique ceci :

Pour ce qui est des produits et services qui ne se trouvent pas dans le *Manuel*, les entrées acceptables dans le *Manuel des produits et des services* peuvent être utilisées afin de déterminer, par voie d'analogie, le type d'énoncés pouvant être considérés comme étant acceptables afin de décrire des produits et services similaires. Un énoncé de produits ou de services est acceptable lorsque celui-ci est aussi précis, ou même plus précis, qu'une entrée semblable ou similaire.

Objection de l'Opposante concernant le terme « logiciels connexes »

[15] En ce qui concerne les « logiciels », il est indiqué au point II.5.4.9 du *Manuel d'examen des marques de commerce* que la fonction précise du logiciel doit être indiquée et, si le domaine d'emploi n'est pas évident de par la fonction du logiciel, on doit aussi clairement indiquer le domaine d'emploi.

[16] Étant donné cette information, j'estime que la Requérante s'est acquittée du fardeau ultime qui lui incombait relativement à l'état déclaratif des produits puisque, si l'on considère l'état déclaratif des produits dans son ensemble, la fonction précise du logiciel (vidéoconférence et audioconférence) ainsi que le domaine d'emploi (pour des téléphones, des combinés, des haut-parleurs) sont indiqués. De plus, je note que dans le *Manuel des produits et des services*, les termes analogues suivants sont considérés comme acceptables :

- logiciel pour contrôler et améliorer la qualité sonore du matériel audio,
- logiciels pour la création de jeux d'ordinateur,
- logiciels de traitement d'images.

Objection de l'Opposante concernant les services de télécommunication

[17] Au point II.5.4.14 du *Manuel d'examen des marques de commerce*, il est indiqué que si la caractéristique inhérente du service consiste en la fourniture de moyens de communication (services de transmission), le requérant devrait indiquer précisément les moyens de communication ainsi que le caractère général des données et informations transmises.

[18] Étant donné cette information, j'estime que la Requérante s'est acquittée du fardeau ultime qui lui incombait relativement à l'état déclaratif de ses services puisque les moyens de communication précis, par exemple les téléphones, téléphones intelligents et ordinateurs utilisant une technologie audio à large bande, ainsi que la nature des données transmises, à savoir la voix pour l'audioconférence et la vidéoconférence, sont indiqués.

[19] Comme j'estime que l'état déclaratif des produits et des services est rédigé dans les termes ordinaires du commerce et qu'il décrit adéquatement les produits et services en cause, je rejette ce motif d'opposition.

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

[20] L'Opposante allègue que la demande n'est pas conforme à l'article 30b) de la Loi puisque la Marque n'était pas employée depuis la date revendiquée dans la demande. Le fardeau de preuve initial imposé à un opposant à l'égard de la question de la non-conformité d'un requérant à cet article de la Loi est peu exigeant, et un opposant peut s'en acquitter en s'appuyant non seulement sur sa propre preuve, mais également sur celle du requérant [*Labatt Brewing Co Ltd c Molson Breweries, A Partnership* (1996), 68 CPR (3^e) 216 (CF 1^{re} inst) à la p 230; *Corporativo de Marcas GJB, SA de CV c Bacardi & Company Ltd*, 2014 CF 323 aux para 33 à 38]. Pour s'acquitter du fardeau de preuve qui lui incombe, un opposant doit démontrer que la preuve du requérant est clairement incompatible avec la date de premier emploi revendiquée ou soulever un doute quant à la véracité de la date de premier emploi revendiquée [*Ivy Lea Shirt Co c Muskoka Fine Watercraft & Supply Co* (1999), 2 CPR (4^e) 562

(COMC), aux p 565 et 566, conf. (2001), 11 CPR (4^e) 489 (CF 1^{re} inst); *Corporativo de Marcas*, précitée; *Reitmans (Canada) Limited c Atlantic Engraving Ltd*, 2005 CanLII 78234 (COMC)]. Si un opposant s'acquitte de son fardeau de preuve initial, le requérant doit démontrer qu'il a employé la Marque à la date revendiquée. De plus, un requérant doit savoir que s'il n'est pas en mesure d'établir une date de premier emploi revendiquée au moyen d'une preuve documentaire, il peut avoir avantage à revendiquer une date ultérieure qui puisse être démontrée, plutôt que de risquer que sa demande soit rejetée en vertu de l'article 30b) [*Guevin c Tall Dark & Handy Handyman Services Ltd* (2011), 97 CPR (4^e) 444 au para 19 (COMC)].

[21] M. Hawkins, le directeur canadien du marketing pour la Requérante, affirme ceci au paragraphe 8 de son affidavit :

La Requérante est la propriétaire des Marques de la Requérante, lesquelles sont bien connues. Les Marques de la Requérante sont employées par la Requérante au Canada depuis au moins aussi tôt que septembre 2009.

En pièce F de son affidavit figure un article tiré de *Telecom Reseller*, dans lequel on affirme ceci :

- [TRADUCTION] « Aastra a annoncé l'introduction de sa technologie Astra Hi-Q, offrant une performance audio grandement améliorée... »
- « La technologie audio Hi-Q d'Aastra renferme un logiciel de réglage audio haut de gamme... La mise à niveau du logiciel est offerte gratuitement, il suffit de la télécharger sur le site d'Aastra ».
- « ... Aastra fera la démonstration de sa technologie audio Hi-Q au salon ITEXPO à Los Angeles, de 1^{er} au 3 septembre au kiosque 212 ».

[22] J'estime que l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait puisque la preuve de la Requérante n'est pas clairement incompatible avec la date de premier emploi revendiquée qu'est le 1^{er} septembre 2009 et ne soulève aucun doute à l'égard de cette date. Contrairement aux observations de l'Opposante, je n'estime pas que la pièce F corrobore une inférence selon laquelle les produits ont été lancés ou introduits aux États-Unis le 1^{er} septembre 2009 au salon ITEXPO tenu à Los Angeles. L'extrait de *Telecom Reseller* indique que la Requérante [TRADUCTION] « a

annoncé l'introduction de sa technologie Astra Hi-Q » et que la [TRADUCTION] « mise à niveau du logiciel est offerte gratuitement », ce qui laisse entendre que les produits et les services arborant la marque de commerce HI-Q étaient déjà accessibles et n'étaient pas présentés pour la première fois au salon ITEXPO. Bien qu'il eut été préférable que la Requérante fournisse une preuve d'emploi et des détails relatifs à l'emploi de la Marque remontant au 1^{er} septembre 2009, elle n'était aucunement tenue de le faire et le fait qu'elle a agi ainsi ne constitue pas une irrégularité et ne jette aucun doute sur le respect de l'article 30b) par la Requérante qui peut suffire pour que l'Opposante s'acquitte du fardeau de preuve qui lui incombe. Étant donné que l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait, ce motif d'opposition est rejeté.

Motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)a)

[23] En ce qui concerne le motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)a), il incombe à l'Opposante de démontrer que l'une des marques de commerce HIQNET ou HIQNET & Dessin ou les deux ont été employées avant la date de premier emploi alléguée dans la demande (1^{er} septembre 2009) en liaison avec des [TRADUCTION] « logiciels pour la télécommande d'un ou de plusieurs produits audio, nommément microphones, consoles de mixage, amplificateurs, appareils de traitement de signaux et haut-parleurs utilisés pour la commande et la configuration de produits audio dans un système en réseau » et que ces marques de commerce n'ont pas été abandonnées à la date de l'annonce de la demande (20 octobre 2010) [article 16(5) de la Loi].

[24] Le mot « emploi » est un terme juridique qui est expressément défini dans la Loi et, pour déterminer si, dans les faits, il y a eu emploi d'une marque de commerce en liaison avec des produits au sens de l'article 4(1), il faut s'en remettre à la preuve qui a été produite.

4(1) Une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des produits si, lors du transfert de la propriété ou de la possession de ces produits, dans la pratique normale du commerce, elle est apposée sur les produits mêmes ou sur les emballages dans lesquels ces produits sont distribués, ou si elle est, de toute autre manière, liée aux produits à tel point qu'avis de liaison est alors donné à la personne à qui la propriété ou possession est transférée.

[25] Dans *Syntex Inc c Apotex Inc* (1984), 1 CPR (3^e) 145 à la p 151 (CAF), la Cour d'appel fédérale a établi qu'une marque doit être portée à l'attention d'un acheteur au moment du transfert afin de satisfaire aux exigences prévues à l'article 4 de la Loi :

Une marque de commerce est réputée employée si, lors du transfert de la propriété ou de la possession de ces produits, dans la pratique normale du commerce, elle est « apposée sur les produits mêmes ou sur les emballages dans lesquels ces produits sont distribués ». **La marque est ainsi portée directement à l'attention du destinataire du transfert au moment même du transfert, qui est le point temporel crucial.** [Je souligne.]

[26] À l'audience et dans son plaidoyer écrit, la Requérente a fait valoir que l'Opposante n'a pas établi l'« emploi » de ses marques de commerce avant le 1^{er} septembre 2009. M. Reed, directeur du service des affaires pour la Harman Signal Processing Business Unit de l'Opposante, déclare que l'Opposante emploie les marques de commerce HIQNET et HIQNET & Dessin au Canada en liaison avec des logiciels pour la télécommande d'un ou de plusieurs produits audio (affidavit de M. Reed, au para 7). Par exemple, grâce au protocole et au logiciel HiQnet, un utilisateur peut s'occuper de la programmation de processeurs de signaux individuels, de commandes de haut-parleurs, de systèmes de microphones sans fil et de commandes de consoles de mixage (affidavit de M. Reed, au para 7). M. Reed ajoute également que le logiciel HiQnet n'est normalement pas vendu seul. Il est généralement annoncé en tant que fonctionnalité du matériel informatique exploité avec le logiciel (affidavit de M. Reed, au para 8). Comme preuve documentaire, M. Reed fournit les pièces suivantes :

- Pièce A – le site Web de l'une des marques de l'Opposante, BSS Audio, montrant des produits utilisés pour la téléconférence et la vidéoconférence offerts au Canada, y compris un lien vers le téléchargement de mises à jour du HiQnet London Architect utilisé avec ces produits (affidavit de M. Reed, au para 10). Bien que la marque de commerce HiQnet London Architect soit affichée sur cette page d'accueil, il n'y a aucune preuve à partir de laquelle je peux inférer que la marque de commerce était apposée de cette manière à la date pertinente, ni que ce lien a été utilisé à la date pertinente pour le transfert du logiciel.

- Pièce B – des communiqués de presse, des feuillets d’information et des documents publicitaires portant sur les produits BSS Audio fonctionnant avec le logiciel HiQnet, sur lesquels on peut voir les marques de commerce HIQNET et HIQNET Dessin. Bien que ces documents semblent dater de 2009, je ne dispose d’aucune preuve me permettant d’inférer que l’un ou l’autre de ces documents accompagnaient le logiciel au moment du transfert, comme l’exige l’article 4 de la Loi.
- M. Reed explique que [TRADUCTION] « sont joints en pièce C » des échantillons représentatifs de documents promotionnels et de matériel de publicité sur le lieu de vente, démontrant la manière dont les marques de commerce HiQnet sont montrées aux consommateurs au Canada, sur les produits, sur l’emballage, dans les catalogues et en ligne, où les mises à jour du logiciel peuvent être téléchargées (affidavit de M. Reed, au para 15). Toutefois, la preuve produite par M. Reed ne dit pas si ces documents ont été vus par les consommateurs au moment du transfert, à la *date pertinente*.

[27] Les ambiguïtés susmentionnées ne me permettent pas d’établir que la Marque était employée au Canada conformément à l’article 4 de la Loi à la date pertinente. À cet égard, même si la Requérante pouvait demander le contre-interrogatoire de M. Reed pour clarifier ces ambiguïtés, elle n’était pas tenue de le faire, puisque le registraire a toujours considéré que de telles ambiguïtés doivent être résolues à l’encontre de la partie qui présente la preuve dans une affaire d’opposition [voir à titre d’exemple, *Power Budd, LLP c Beaudry*, 2006 CanLII 80342 (COMC); *Ben Sherman Group Limited c Knautz*, 2013 COMC 122 (CanLII); *Hunter Douglas Inc c Blinds To Go Inc*, 2007 CanLII 80854 (COMC)]. Il revient à l’Opposante de produire une preuve qui me permette de conclure qu’elle a *effectivement* employé les marques de commerce HIQNET et HIQNET & Dessin avant le 1^{er} septembre 2009 conformément à l’article 4 de la Loi. L’Opposante n’a pas produit une telle preuve et, donc, ne s’est pas acquittée de son fardeau de preuve à l’égard de ce motif d’opposition. Par conséquent, ce motif d’opposition est donc rejeté.

Motif d'opposition fondé sur l'article 2

[28] Relativement au motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif en vertu de l'article 2 de la Loi, l'Opposante doit avoir démontré qu'à la date de production de la déclaration l'opposition, sa ou ses marques de commerce étaient devenues suffisamment connues pour annuler le caractère distinctif de la marque visée par la demande [*Bojangles' International, LLC c Bojangles Café Ltd* (2006), 48 CPR (4^e) 427 (CF 1^{re} inst)]. Pour ce faire, l'Opposante doit établir que sa ou ses marques de commerce sont soit connues dans une certaine mesure au Canada, soit bien connues dans une région particulière du Canada, à la date pertinente [*Bojangles*, précitée, aux para 33 et 34].

[29] La preuve de M. Reed n'est pas suffisante pour établir que l'une ou l'autre des marques de commerce de l'Opposante est suffisamment connue pour qu'elle puisse s'acquitter du fardeau de preuve qui lui incombe à la date pertinente, soit le 20 juin 2011. M. Reed ne produit qu'une preuve d'un consommateur canadien qui semble employer actuellement les produits de l'Opposante utilisés pour des audioconférences et des vidéoconférences et comportant le logiciel HiQnet (affidavit de M. Reed, au para 12). Bien que M. Reed déclare que l'Opposante vend des produits comportant le logiciel HiQnet au Canada depuis au moins aussi tôt que 2006 (affidavit de M. Reed, au para 9), il ne fournit aucune information sur les ventes des années 2009 et suivantes (affidavit de M. Reed, au para 14). En outre, même si M. Reed a produit en pièce la page d'accueil du site Web de BSS Audio qui contient un lien logiciel affichant la marque de commerce HIQNET, des documents publicitaires sur des produits de BSS Audio exploités avec le logiciel HiQnet ainsi que des documents promotionnels et du matériel de publicité sur le lieu de vente (y compris l'image d'un emballage) arborant la marque de commerce HIQNET ou la marque de commerce HIQNET & Dessin (affidavit de M. Reed, aux para 10, 11 et 15, pièces A à C), il n'y a aucune information me permettant de conclure qu'un nombre suffisant de Canadiens (qu'ils soient acheteurs ou non des produits de l'Opposante, y compris le logiciel HiQnet de 2006 à 2008) a été exposé aux marques de commerce HIQNET et HIQNET & Dessin de sorte que la réputation de l'une de ces deux marques de commerce était assez importante pour

annuler le caractère distinctif de la Marque. Par conséquent, l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait, et ce motif d'opposition est rejeté.

Demande n° 1,454,280 pour HI-Q & Dessin

[30] La demande n° 1,454,280 pour la marque de commerce Hi-Q & Dessin, reproduite ci-dessous, a aussi été produite le 24 septembre 2009 et est fondée sur un emploi au Canada depuis le 1^{er} septembre 2009 en liaison avec les Produits et Services.



[31] Les questions, les dates pertinentes et la preuve sont en tous points analogues à celles qui sont considérées relativement à la demande n° 1,454,279. Par conséquent, je formule les mêmes constatations relativement à la première demande et je tire les mêmes conclusions, c'est-à-dire que chaque motif d'opposition est rejeté.

Décision

[32] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition aux deux demandes.

Natalie de Paulsen
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la Propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Sophie Ouellet, trad.a.

Date de l'audience : 2015-10-02

Comparutions

Aucune comparution

Pour l'Opposante

Ian K. Bies

Pour la Requérente

Agents au dossier

Low Murchison Radnoff LLP

Pour l'Opposante

McCarthy Tétrault LLP

Pour la Requérente

Annexe A

[TRADUCTION]

Produits	Matériel et logiciels de télécommunication de vidéoconférence et d'audioconférence, nommément téléphones, combinés, haut-parleurs, téléphones IP, téléphones SIP, visiophones, téléphones cellulaires, téléphones intelligents, ordinateurs, serveurs d'appel, passerelles et postes d'autocommutateur de technologie audio à large bande pour audio de haute qualité, logiciels connexes.
Services	Services de télécommunication, nommément transmission et réception électroniques pour vidéoconférences et audioconférences par téléphone, combinés, haut-parleurs, téléphones IP, téléphones SIP, visiophones, téléphones cellulaires, téléphones intelligents, ordinateurs, serveurs d'appel, passerelles, postes d'autocommutateur de technologie audio à large bande pour audio de haute qualité.