

TRADUCTION/TRANSLATION

AFFAIRE INTÉRESSANT L'OPPOSITION de Screenlife Productions Limited à la demande n° 1010728 produite par Rock Whitney, dba Flightpath Film, Video & Stills en vue de l'enregistrement de la marque de commerce FLIGHTPATH

I Prétentions respectives

Le 1^{er} avril 1999, Rock Whitney, dba Flightpath Film, Video & Stills (la requérante) a produit la demande numéro 1010728 en vue de l'enregistrement de la marque FLIGHTPATH (la marque), demande fondée sur l'emploi depuis au moins août 1995 en liaison avec les services de « production de vidéos et de photographies pour les industries aérospatiales et de l'aviation et connexes à ces dernières » (les Services). La présente demande a été annoncée aux fins d'opposition le 20 février 2002 dans le Journal des marques de commerce.

Le 25 juin 2002, Screenlife Productions Limited (l'opposante) a produit une déclaration d'opposition qui soulève le motifs d'opposition suivants :

- 1) La demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi), parce que, à la date de production de la demande, soit le 1^{er} avril 1999, la requérante ne pouvait être convaincue qu'elle avait droit à l'emploi et l'enregistrement de la marque compte tenu de l'emploi antérieur de la marque de l'opposante FLIGHTPATH en liaison avec les services de [TRADUCTION] « production de vidéos et d'émissions de télévision distribuées par câble; distribution d'émissions de télévision; divertissement sous forme de séries télévisuelles appelées à se poursuivre » et les marchandises, nommément : « cassettes vidéo pré-enregistrées, émissions de télévision et vidéos », et la requérante avait connaissance des droits de l'opposante sous l'empire de la Loi en ce qui concerne la marque FLIGHTPATH à tout le moins parce que la requérante en question a produit antérieurement une demande d'enregistrement de la même marque FLIGHTPATH, demande portant le numéro 814157 et abandonnée par la requérante après que le prédécesseur en titre de l'opposante, soit Screenlife Incorporated (Screenlife), a commencé une procédure d'opposition à l'encontre de la demande portant le numéro d'enregistrement 814157;
- 2) Suivant l'alinéa 38(2)a), la demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la Loi parce que la requérante n'a pas employé la marque en liaison avec les Services depuis la date de premier emploi alléguée dans la demande, soit août 1995;

- 3) Vu l'alinéa 38(2)c), la requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement suivant le paragraphe 16(1) de la Loi parce que, à la date alléguée de premier emploi au Canada, la marque de la requérante créait de la confusion avec la marque FLIGHTPATH, qui a été employée antérieurement au Canada par l'opposante et Screenlife en liaison avec les services de [TRADUCTION] « production de vidéos et d'émissions de télévision distribuées par câble; distribution d'émissions de télévision; divertissement sous forme de séries télévisuelles appelées à se poursuivre » et en liaison avec les marchandises, notamment : « cassettes vidéo pré-enregistrées, émissions de télévision et vidéos »;
- 4) Suivant l'alinéa 38(2)d), la marque de la requérante n'est pas distinctive des Services de la requérante, vu l'article 2 de la Loi, parce que cette marque n'est pas adaptée à distinguer les Services de la requérante des marchandises et services des autres y compris, particulièrement, des marchandises et services de l'opposante, qui ont été employés annoncés et/ou exécutés au Canada en liaison avec la marque FLIGHTPATH, soit en liaison avec les services de [TRADUCTION] « production de vidéos et d'émissions de télévision distribuées par câble; distribution d'émissions de télévision; divertissement sous forme de séries télévisuelles appelées à se poursuivre » et en liaison avec les marchandises, notamment : « cassettes vidéo pré-enregistrées, émissions de télévision et vidéos ».

Les alinéas pertinents des dispositions de la Loi n'ont pas été précisés au regard des trois premiers motifs d'opposition. Toutefois, l'opposante a fourni suffisamment de détails dans sa déclaration d'opposition pour que la requérante connaisse la situation à laquelle elle devait faire face et, en fait, elle a répondu par une contre-déclaration détaillée. Il est clair, à la lecture de ces trois motifs d'opposition, que l'opposante se fondait respectivement sur les alinéas 30*i*), 30*b*) et 16(1)*a*) de la Loi.

La preuve de l'opposante consiste en l'affidavit de Micheal Feheley. La requérante, quant à elle, a déposé l'affidavit de Rock Whitney. Seule l'opposante a présenté une argumentation écrite, et aucune audience n'a été tenue.

II Les questions en litige et la preuve pertinente

Le fardeau de persuasion incombe à la requérante, qui doit établir que sa demande satisfait aux exigences de l'article 30 de la Loi, mais le fardeau de présentation incombe à l'opposante, qui doit établir les faits sur lesquels elle fonde ses motifs d'opposition. Une fois que l'opposante s'est acquittée du fardeau de présentation, le fardeau est déplacé, et la requérante doit prouver, selon la prépondérance de la preuve, que les motifs d'opposition en question ne devraient pas empêcher l'enregistrement de la marque faisant l'objet de la demande. [Voir *Joseph E. Seagram & Sons Ltd.*

et al c. Seagram Real Estate Ltd., 3 C.P.R. (3d) 325, p. 329 et 330; *John Labatt Ltd. c. Molson Companies Ltd.*, 30 C.P.R. (3d) 293, *Christian Dior, S.A. c. Dion Neckwear Ltd* (2002), 20 C.P.R. (4th) 155.]

S'agissant des motifs d'opposition fondés sur l'article 30 de la Loi, bien que l'opposante doive s'acquitter d'un fardeau de preuve, ce fardeau n'est que léger. [Voir *Tune Masters c. Mr. P's Mastertune Ignition Services Ltd.* (1986) 10 C.P.R. (3d) 84 (C.O.M.C.), *Labatt Brewing Co. c. Molson Breweries, a Partnership* (1996), 68 C.P.R. (3d) 216 (C.O.M.C.), et *Williams Telecommunications Corp. c. William Tell Ltd.*, (1999) 4 C.P.R. (4th) 107 (C.O.M.C.)]. On peut se reporter à la preuve présentée par la requérante pour s'acquitter du fardeau de présentation. [Voir *Dic Dac Holdings (Canada) Ltd c. Yao Tsai Co.* (1999), 1 C.P.R. (4th) 263.]

La date pertinente pour examiner s'il y a absence de droit à l'enregistrement de la marque est la date de premier emploi allégué dans la demande. [Voir paragraphe 16(1) de la Loi.] La date déterminante pour apprécier si la demande satisfait ou non aux exigences de l'article 30 de la Loi est la date de production de la demande. [Voir *Georgia-Pacific Corp. c. Scott Paper Ltd.* (1984), 3 C.P.R. (3d) 469 (C.O.M.C.), et *Dic Dac Holdings (Canada) Ltd*, précitée.] Enfin, il est généralement accepté que la date de production de la déclaration d'opposition est la date déterminante pour apprécier le motif d'opposition fondé sur le caractère distinctif de la marque. [Voir *Andres Wines Ltd. and E&J Gallo Winery* (1975), 25 C.P.R. (2d) 126, p. 130 (C.A.F.), *Park Avenue Furniture Corporation c. Wickes/Simmons Bedding Ltd.* (1991), 37 C.P.R. (3d) 413, p. 424 (C.A.F.), et *Metro-Goldwyn-Meyer Inc. c. Stargate Connections Inc.* (2004), 34 C.P.R. (4th) 317 (C.F. 1^{re} inst.)]

Je vais décrire ci-après la preuve pertinente déposée par les parties relativement à chacun des motifs d'opposition soulevés.

Dans son argumentation écrite, l'opposante n'a pas traité du bien-fondé de son troisième motif d'opposition. Le 2 juin 2002, Screenlife a accordé à l'opposante tout droit, titre et intérêt relatifs à la marque FLIGHTPATH, y compris le droit de procéder à la présente opposition. À ce stade, il suffit de dire que l'opposante n'a pas présenté de preuve d'emploi de la marque FLIGHTPATH

par son prédécesseur en titre à la date de l'annonce de la demande. En fait, après mars 1998, il n'y a pas de preuve d'emploi de la marque de l'opposante FLIGHTPATH par l'opposante elle-même ou Screenlife. Dans son affidavit, M. Feheley a fait une déclaration générale selon laquelle la série télévisuelle FLIGHTPATH a continué à être diffusée au Canada, mais il n'a pas étayé sa déclaration par une preuve d'emploi telle qu'elle est définie au paragraphe 4(2) de la Loi. Nous ne disposons pas de renseignements quant à savoir quand et par quel moyen la série télévisuelle FLIGHTPATH a été diffusée au Canada après mars 1998.

Suivant le paragraphe 16(5) de la Loi, le droit de la requérante d'obtenir l'enregistrement de la marque n'est pas atteint par l'emploi antérieur d'une marque ou d'un nom commercial créant de la confusion si cette marque ou ce nom a été abandonné à la date de l'annonce de la demande de la requérante. En conséquence, l'opposante avait le fardeau d'établir que Screenlife n'avait pas abandonné l'emploi de sa marque FLIGHTPATH le ou vers le 20 février 2002. [Voir *Wilson Laboratories Inc. c. Chipman Inc.* (1984), 2 C.P.R. (3d) 117 (C.O.M.C.)] Vu l'absence de preuve d'emploi de la marque de l'opposante FLIGHTPATH le ou vers le 20 février 2002, l'opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait relativement au troisième motif d'opposition, et donc ce motif est rejeté.

S'agissant du premier motif d'opposition, l'opposante a présenté la preuve suivante : une copie d'un extrait de la banque de données Strategis en ce qui concerne la demande numéro 814157. La requérante l'avait déposée le 3 juin 1996 en vue de l'enregistrement de la marque. Elle était fondée sur l'emploi projeté pour une liste de marchandises qui comprenait les « films, photographies, vidéos préenregistrés et logiciels éducatifs et de jeux interactifs pour et sur l'industrie aéronautique, touristique et des voyages » et également pour les services de « production d'émissions de télévision pour et sur l'industrie aéronautique, aérospatiale, touristique et des voyages », lesquels étaient fondés sur l'emploi au Canada depuis août 1994 en liaison avec les services de « production de films cinématographiques, de vidéos et de photographies pour et sur l'industrie aéronautique, aérospatiale, touristique et des voyages ».

Tel qu'il a été allégué par M. Feheley, l'extrait révèle que la demande a été annoncée le 30 juillet 1997 dans le Journal des marques de commerce du Canada. Il indique aussi que Screenlife était

l'opposante à une telle demande, et qu'elle a produit une déclaration d'opposition le 8 octobre 1997. Enfin, l'extrait indique que la demande numéro 814157 a été déclarée abandonnée suivant le paragraphe 38(7.2) de la Loi. Toutefois, il n'indique pas si cette déclaration d'abandon résulte du défaut de la requérante de produire une contre-déclaration ou une preuve. L'auteur de l'affidavit allègue que cette situation s'explique par le défaut de la requérante de présenter sa preuve après que Screenlife a présenté la sienne. Il ressortira de ma décision concernant ce motif d'opposition que la raison de la déclaration d'abandon de la demande n'est pas un facteur déterminant dans mon analyse.

L'opposante n'a pas présenté en preuve de copie de la déclaration d'opposition, contre-déclaration ou preuve déposée, s'il en est, dans le cadre de la demande numéro 814157. Faute d'une telle preuve, je ne peux trancher en faveur de l'opposante relativement à son premier motif d'opposition vu ce qui suit. Il est possible que la requérante ait eu à prouver sa date de premier emploi de la marque en liaison avec les services décrits précédemment, et qu'elle ait considéré qu'elle n'était pas en mesure de le faire. En conséquence, elle peut avoir choisi de produire une nouvelle demande comprenant une date de premier emploi ultérieure qu'elle pourrait justifier. Sans la déclaration d'opposition et la preuve déposée par Screenlife, je ne peux présumer que la requérante connaissait bien les droits de priorité de cette dernière, s'il en existe. Quoi qu'il en soit, je ne dispose d'aucune preuve voulant que les droits de priorité allégués dans la déclaration d'opposition de Screenlife à l'encontre de la demande numéro 814157 puissent bloquer l'enregistrement de la marque étant donné les allégations contenues dans la présente demande.

En conséquence, je ne peux statuer que la requérante ne pouvait être convaincue, à la date de production de la présente demande, qu'elle avait droit à l'enregistrement de la marque, et donc je rejette aussi le premier motif d'opposition.

Le second motif d'opposition repose sur l'allégation de la requérante, qu'on retrouve dans sa demande, selon laquelle elle a employé la marque en liaison avec les Services depuis au moins août 1995. L'opposante n'a pas présenté de preuve pour contester une telle date de premier emploi. Elle s'appuie toutefois sur la preuve présentée par la requérante pour prétendre que celle-ci suffit pour s'acquitter de son léger fardeau de preuve, et qu'ainsi il y a déplacement du fardeau de

preuve, qui incombe dès lors à la requérante. On doit garder à l'esprit que dans une telle situation la preuve de la requérante doit être manifestement incompatible avec la date de premier emploi alléguée dans la demande. [Voir *Dic Dac Holdings (Canada) Ltd.*, op. cit.]

La requérante a déposé plus de 30 pièces et objets déposés comme pièces à l'appui des allégations contenues dans l'affidavit de M. Whitney. Aux fins de ce motif d'opposition, je concentrerai mon attention sur la preuve déposée par la requérante en ce qui concerne son allégation d'emploi de la marque entre août 1994 et le 1^{er} juillet 1996. Le fait que la requérante ait employé la marque avant la date de premier emploi revendiquée n'est pas fatal à la présente demande. [Voir *Marineland Inc c. Marine Wonderland & Animal Park Ltd.* (1974), 16 C.P.R. (2d) 97.] Les allégations les plus pertinentes se trouvent aux paragraphes 3 à 6 de l'affidavit de M. Whitney. Sans conclure qu'elles constituent une preuve adéquate d'emploi de la marque, les allégations contenues dans les paragraphes subséquents de son affidavit se rapportent à des faits qui sont survenus après la date de premier emploi de la marque revendiquée, et ne sont donc pas pertinentes au regard de ce motif d'opposition.

Je reproduis les paragraphes pertinents :

[TRADUCTION]

3. Pièce A du présent affidavit : une copie d'une cassette vidéo présentant Flightpath Film, Video and Stills (format VHS) et contenant des exemples d'une vidéo *présentée par la requérante en liaison avec la marque FLIGHTPATH* (italiques dans l'original de l'affidavit écrit à la main) entre 1994 et 2003. On peut voir la vidéo sur le site Internet www.flightpath.ca, et celle-ci est distribuée directement aux clients éventuels.

4. Pièce B du présent affidavit : une cassette vidéo (format VHS) sur laquelle on retrouve l'enregistrement de trois extraits du magazine « Flightpath Aviation » : l'extrait intitulé « Visions of Flight » filmé le 6 août 1994 au salon de l'aéronautique de Boundary Bay, l'extrait « Cessna's Affordable Classic » filmé le 9 février 1995 et le 6 mai 1995 et l'extrait « In Tight and Thrilling » filmé le 1^{er} juillet 1996.

5. Pièce C1 du présent affidavit : une autorisation et une décharge en date du 9 février 1995. La décharge a été signée par Cheryle Wyers, qui a été le pilote et propriétaire de l'aéronef CF-QJD, lequel a été décrit dans l'extrait « Cessna's Affordable Classic ».

Pièce C2 du présent affidavit : une autorisation et une décharge en date du 6 mai 1995. La décharge a été signée par Cheryle Wyers, qui a été le pilote et propriétaire de l'aéronef CF-QJD, lequel a été décrit dans l'extrait « Cessna's Affordable Classic ».

Pièce C3 du présent affidavit : une autorisation et une décharge en date du 1^{er} juillet 1995. La décharge a été signée par Michel Rouch, Sheldon Pohl, Clive Barrat et Charles Pym, qui sont les pilotes présentes dans l'extrait « In Tight and Thrilling ».

6. Pièce D1 du présent affidavit : une proposition relative à une série de trois vidéos promotionnelles pour Skys of Un-Limited Air Services, proposition *préparée le ou vers le* (italiques dans l'original de l'affidavit écrit à la main) 28 juillet 1995.

Pièce D2 du présent affidavit : quatre factures de Skys Unlimited to Flightpath en date des 17 et 19 juillet et 1^{er} et 20 août 1995.

Si j'arrivais à la conclusion que ces allégations ne soulèvent pas un grave doute quant à l'allégation de premier emploi de la marque en août 1995 en liaison avec les Services, allégation formulée par la requérante dans sa demande, le second motif d'opposition serait irrecevable. Par contre, si ces allégations créaient un tel doute, je devrais admettre ce motif d'opposition étant donné qu'il n'y a pas d'autre preuve sur laquelle la requérante pourrait s'appuyer pour justifier sa date de premier emploi de la marque au Canada en liaison avec les Services.

Il est important de décrire les particularités de toutes les pièces auxquelles on se reporte tout en gardant à l'esprit la marque faisant l'objet de la demande et la description des Services. La pièce A consiste en une boîte de cassette vidéo sur laquelle est apposée une étiquette ainsi rédigée :

Flightpath film, video & stills
DEMO REEL
NTSC-6:30 min approximativement
tél. : 604-312-3598
www.flightpath.ca

À l'intérieur de la boîte, il y a une cassette vidéo sur laquelle se trouve une étiquette avec les mêmes renseignements que ceux indiqués ci-dessus. La marque n'apparaît à aucun moment sur la bande vidéo. En bas des images, on peut lire à l'écran « Flightnet.com ». À la fin de la vidéo, on peut lire sur une seule ligne l'inscription « FLIGHTPATH films, video, stills ». Le mot FLIGHTPATH est écrit en caractères plus gros que les autres mots. Sur la boîte et la cassette vidéo, il n'y a pas de date. Je considère qu'une telle exposition est un emploi de la marque. L'ajout des mots descriptifs « films », « video » et « stills » n'altère pas la marque à un point tel qu'un consommateur non averti inférerait vraisemblablement qu'une telle marque désigne des biens ou services d'une

origine différente. [Voir *Canada (Registraire de marques de commerce) c. Cie. Internationale pour l'informatique CII Honeywell Bull, S.A.* (1985), C.P.R. (3d) 523.]

La vidéo elle-même ne porte pas de date. Toutefois, l'auteur de l'affidavit, au paragraphe 3 du document, allègue que cette vidéo est une oeuvre que la requérante a présentée entre 1994 et 2003.

L'opposante fait valoir que l'auteur de l'affidavit n'allègue pas que ces échantillons vidéo ont été produits pour des tiers. En conséquence, selon l'opposante, nous pouvons inférer que ces échantillons n'ont pas été filmés en retour de services rendus à des tiers, mais plutôt pour satisfaire les propres objectifs de la requérante, laquelle cherchait à atteindre son métrage pour sa présentation vidéo. Le fait que M. Whitney n'ait pas déclaré pour qui ces échantillons ont été produits ne signifie pas nécessairement qu'ils ont été produits pour son seul bénéficiaire. S'il y avait ambiguïté, l'opposante aurait pu la lever en contre-interrogeant de l'auteur de l'affidavit. Cette vidéo aurait pu être employée pour promouvoir les Services de la requérante, et ne constitue pas une contradiction manifeste des allégations de la requérante dans sa demande.

La pièce B correspond à une autre cassette vidéo avec son emballage. Sur le recto de celui-ci, apparaît le nom commercial de la requérante Flightpath Film Video & Stills et dessin comme l'indique l'illustration suivante :



Le symbole TM apparaît à côté du mot Flightpath qui est écrit en caractères beaucoup plus gros. La marque est aussi inscrite sans autres indications sur le côté de l'emballage. L'opposante soutient que, parce qu'il existe, à la fin de la vidéo, un avis de droit d'auteur, soit « © 1996 Flightpath film, video & stills », cela démontre manifestement que la cassette vidéo ne pouvait être sur le marché canadien avant 1996, soit subséquemment à la date revendiquée de premier emploi de la marque. Toutefois, on ne peut considérer une telle pièce sans égard à la teneur des paragraphes 4 et 5 de l'affidavit de M. Whitney et des pièces C1 et C2. M. Whitney allègue dans ces paragraphes que les vidéos ont été produites en février 1995, mai 1995 et juillet 1996. Ces allégations sont confirmées par la teneur des pièces C1 et C2, lesquelles sont des formulaires d'autorisation signés par des personnes physiques à ces dates ou vers ces dates.

Il reste les pièces D1 et D2. La pièce D1 est [TRADUCTION] « une proposition relative à une série de trois vidéos promotionnelles pour Skys of Un-Limited [...] de Flightpath Cinematography [...] préparée par Rock Whitney Flightpath Cinematography », le tout tel qu'il appert de la proposition elle-même. La pièce décrit le script des trois vidéos et le budget afférent à chacun d'elles. Au paragraphe 6 de son affidavit, M. Whitney déclare que cette pièce a été préparée le 28 juillet 1995 et, vu qu'il a été contre-interrogé sur ce point, je n'ai aucune raison de remettre en question cette date. La pièce prouve que, en juillet 1995, la requérante offrait les Services à des consommateurs potentiels.

L'opposante plaide que la proposition vient de Flightpath Cinematography et non de la requérante. C'est ignorer le fait que M. Whitney l'a préparée et, s'il y avait quelque incertitude quant au nom commercial employé par la requérante, elle aurait pu être levée en contre-interrogatoire.

La pièce D2 comprend des factures établies par Skys Un-limited Air Services et adressées à Flightpath en date de juillet et août 1995 pour la location de « VFG » et du simulateur « ATC 710 ». À mon avis, ces factures ne sont pas incompatibles avec les allégations contenues dans la présente demande.

Pour tous ces motifs, je conclus que la preuve de la requérante n'est pas manifestement incompatible avec les déclarations contenues dans sa demande. En conséquence, l'opposante ne

s'est pas acquittée de son fardeau de présentation relativement au second motif d'opposition. Ce motif est aussi rejeté.

L'opposante allègue que la marque ne distingue pas et n'est adaptée à distinguer les Services de la requérante des marchandises et services de l'opposante en liaison la marque FLIGHTPATH, qui a été employée, annoncée et/ou exécutée au Canada en liaison avec les services de [TRADUCTION] « production de vidéos et d'émissions de télévision distribuées par câble; distribution d'émissions de télévision; divertissement sous forme de séries télévisuelles appelées à se poursuivre » et les marchandises, nommément : « cassettes vidéo pré-enregistrées, émissions de télévision et vidéos ». Pour qu'un tel motif d'opposition soit recevable, l'opposante doit prouver que sa marque FLIGHTPATH était connue au Canada à la date pertinente, soit en date du 22 juin 2002. [Voir *Motel 6, Inc. c. No. 6 Motel Ltd et al.* (1981), 56 C.P.R. 44 et *Andres Wines op. cit.*] Le motif d'opposition, tel qu'il est rédigé, ne précise pas que l'opposante s'appuyait sur le premier emploi de la marque FLIGHTPATH par Screenlife pour attaquer le caractère distinctif de la marque à la date pertinente. Pour disposer de toutes les questions soulevées par ce motif d'opposition, je vais tenir pour acquis que l'opposante a tenté de s'appuyer sur un tel emploi antérieur.

La preuve présentée par l'opposante en ce qui concerne l'emploi de la marque FLIGHTPATH au Canada peut se résumer ainsi :

- À la fin de l'été et à l'automne 1996, Screenlife a commencé à annoncer sa série télévisuelle FLIGHTPATH devant être diffusée au Canada à l'antenne de Discovery Channel;
- L'opposante a déposé au dossier des spécimens publicitaires parus dans des horaires télé et des trousseaux de marketing distribués dès juin 1996;
- L'opposante a aussi déposé au dossier des articles publiés en septembre 1996 dans le *Ottawa Sun* et le magazine *Starweek*;
- L'opposante a déposé un article publié dans le *Globe and Mail*, mais nous ne disposons pas de la date de publication;
- Le classement fait par Neilson Marketing Research indiquant la moyenne des cotes par minute pour la série FLIGHTPATH diffusée à l'antenne de Discovery Channel a été fourni

pour différentes périodes entre août 1996 et mars 1998, mais nous ignorons ce que signifient ces chiffres, et la conclusion qu'il faut en tirer;

- L'opposante a aussi déposé des spécimens publicitaires publiés entre janvier 1998 et mars 1998; on ignore cependant dans quelle mesure ces publicités ont été diffusées;
- Enfin, l'opposante a déposé des échantillons d'épisodes tirés de la 1^{re} série télévisuelle FLIGHTPATH.

La marque de l'opposante FLIGHTPATH a pu être employée et connue dans une certaine mesure au Canada entre l'été 1996 et le printemps 1998. Toutefois, la preuve déposée au regard de l'emploi de la marque FLIGHTPATH en liaison avec les services de Screenlife pendant cette période ne me permet pas de conclure que la marque était à ce point connue à cette époque que les consommateurs canadiens devaient penser que Screenlife était à l'origine des Services fournis par la requérante en liaison avec la marque et ce, près de quatre ou cinq ans plus tard. En fait, nous ne disposons d'aucune preuve d'emploi de la marque FLIGHTPATH par Screenlife après mars 1998.

Je conclus que l'opposante n'a pas prouvé, selon la prépondérance de la preuve, que sa marque FLIGHTPATH était connue au Canada en juin 2002 au point d'annihiler le caractère distinctif de la marque de la requérante. En conséquence, je rejette aussi le dernier motif d'opposition.

III Conclusion

En ma qualité de personne déléguée par le registraire des marques de commerce en vertu du paragraphe 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition de l'opposante à l'enregistrement de la marque suivant le paragraphe 38(8) de la Loi.

FAIT À MONTRÉAL (QUÉBEC) LE 6 FÉVRIER 2006.

Jean Carrière,
Membre de la Commission des oppositions des marques de commerce