

TRADUCTION/TRANSLATION

PROCÉDURE PRÉVUE À L'ARTICLE 45
MARQUE DE COMMERCE : CAMERON MCKENNA
NUMÉRO D'ENREGISTREMENT : LMC548503

[1] Le 22 janvier 2008, à la demande de Norman M. Cameron Law Corporation (la « partie requérante »), le registraire a envoyé l'avis prévu à l'article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la « Loi ») à CMS CAMERON MCKENNA, une société en nom collectif, propriétaire inscrite de la marque de commerce susmentionnée à l'époque. Le 19 mai 2009, l'Office de la propriété intellectuelle du Canada a changé le nom du propriétaire inscrit de la marque de commerce en inscrivant CMS Cameron McKenna LLP (l'inscrivante) à la place de CMS Cameron McKenna.

[2] La marque de commerce CAMERON MCKENNA a été enregistrée en liaison avec les services suivants :

- (1) Services juridiques.
- (2) Services juridiques, et services consultatifs ayant trait aux services juridiques.

[3] L'article 45 de la Loi exige que le propriétaire inscrit de la marque de commerce indique si celle-ci a été employée au Canada en liaison avec chacune des marchandises ou chacun des services que spécifie l'enregistrement à un moment quelconque au cours des trois ans précédant la date de l'avis et, dans la négative, la date où elle a été employée en dernier lieu et la raison de son défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour établir l'emploi s'étend du 22 janvier 2005 au 22 janvier 2008 (la « période pertinente »).

[4] L'« emploi » d'une marque de commerce en liaison avec des services est défini au paragraphe 4(2) de la Loi :

4. (2) Une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des services si elle est employée ou montrée dans l'exécution ou l'annonce de ces services.

[5] En réponse à l'avis du registraire, l'inscrivante a produit l'affidavit de Lucy Patricia Kilshaw, signé le 15 juillet 2008 (l'« affidavit »), auquel était jointe la pièce LPK1. Chacune des parties a produit un plaidoyer écrit; une audience n'a pas été demandée.

[6] Dans son affidavit, M^{me} Kilshaw déclare qu'elle est une avocate au service de CMS Cameron McKenna LLP, en Angleterre et au Pays de Galles, et que, à ce titre, elle est personnellement au courant des questions abordées dans l'affidavit. En donnant la description des divers clients canadiens du cabinet, M^{me} Kilshaw affirme qu'elle s'est appuyée sur les renseignements relatifs aux affaires traitées par l'inscrivante dans le cours ordinaire de ses activités (affidavit, paragraphes 1 et 3).

[7] Il est bien établi que de simples allégations d'emploi ne sont pas suffisantes pour établir l'emploi dans le cadre de la procédure prévue à l'article 45 [*Plough (Canada) Ltd c. Aerosol Fillers Inc.* (1980), 53 C.P.R. (2d) 62 (C.A.F.)]. Même si le critère relatif à la preuve d'emploi est très peu exigeant dans le cadre de cette procédure [*Woods Canada Ltd. c. Lang Michener* (1996), 71 C.P.R. (3d) 477 (C.F. 1^{re} inst.) à la p. 480] et qu'une surabondance de preuves n'est pas nécessaire, des faits suffisants doivent être présentés pour permettre au registraire de conclure à l'emploi de la marque de commerce en liaison avec les marchandises ou les services spécifiés dans l'enregistrement au cours de la période pertinente.

[8] La première question en l'espèce est de savoir si l'emploi démontré constitue l'emploi de la marque de commerce déposée au sens de l'article 45 et du paragraphe 4(2) de la Loi.

[9] Dans l'affidavit, M^{me} Kilshaw décrit de quelle manière la marque de commerce CAMERON MCKENNA a été employée au fil du temps. La pièce LPK1 jointe à son affidavit présente des exemples qui, dit-elle, démontrent précisément comment la marque de commerce est présentée sur les communications de l'inscrivante et le produit de travail fourni aux clients et aux cabinets d'avocats canadiens en liaison avec la prestation de services à ces clients (affidavit, paragraphe 8.4). M^{me} Kilshaw décrit comme suit la manière de présenter la marque de commerce :

[TRADUCTION]

Jusqu'en juillet 1999 environ, l'inscrivante employait la marque de commerce seule, sans dessin ou autres lettres ou mots. Après le 1^{er} juillet 1999, ou autour de cette date, l'inscrivante a fait en sorte que la marque de commerce apparaisse avec une autre marque de commerce constituée des lettres CMS. De plus, un logo constitué des lettres « cms » entre crochets était utilisé (le logo CMS). Le sigle CMS et le logo CMS étaient employés pour indiquer que l'inscrivante faisait partie d'une association internationale de cabinets d'avocats indépendants qui utilisaient tous le sigle CMS avec leur appellation et leur marque de commerce principales et le logo CMS. [Affidavit, paragraphe 8.1.]

[10] Je constate que les trois premiers documents de la pièce LPK1, qui consistent en un document intitulé « *Intellectual Property Briefing* », une facture et un bordereau de télécopie, tous datés de 1998 (avant la période pertinente), présentent la marque de commerce dans une case rectangulaire noire et grise. Le sigle et le logo CMS n'apparaissent pas sur ces documents.

[11] Un bordereau de télécopie daté de 1999 montre la marque de commerce précédée des lettres CMS. Je note que les lettres cms (en minuscules) à l'intérieur de crochets stylisés sont également employées séparément au bas de la page, avec les mots « TRANSNATIONAL LEGAL SERVICES » au-dessous. Une liste de [TRADUCTION] « cabinets d'avocats CMS », constituée de cinq noms différents, y compris celui de Cameron McKenna, tous précédés des lettres CMS, apparaît ensuite.

[12] De la même manière, les lettres CMS apparaissent, suivies de la marque de commerce en lettres majuscules et minuscules, sur les trois documents ensuite présentés

dans la pièce : la page couverture d'une publication intitulée « *IP for brand owners* », datée du 16 novembre 1999; une publication intitulée « *UK PATENTS REVIEW 2000* », datée du printemps 2000; une publication intitulée « *Capital letter* », datée de septembre 2000. Encore une fois, les lettres cms apparaissent au bas de ces pages, à l'intérieur de crochets stylisés, avec les mots « TRANSNATIONAL LEGAL SERVICES » au-dessous.

[13] M^{me} Kilshaw donne cette autre explication :

[TRADUCTION]

Autour de 2001, le logo CMS a été remplacé par un logo différent composé des lettres CMS, chacune suivie d'un genre d'apostrophe (« le nouveau logo CMS »), lequel logo est utilisé depuis ce temps. L'inscrivante et tous les autres membres de l'association de cabinets d'avocats indépendants emploient le sigle et le logo CMS aux termes d'une licence accordée par une entité centralisée, CMS Legal Services EEIG... (Affidavit, paragraphe 8.2.)

[14] Tous les autres documents de la pièce, y compris ceux dont la date est comprise dans la période pertinente, affichent ce qui suit au haut de la page :

C/M/S' Cameron McKenna

[15] Je note qu'il est mentionné sur le bordereau de télécopie daté du 2 juillet 2001, au bas de la page, que [TRADUCTION] « CMS Cameron McKenna fait partie de CMS, l'association transnationale de services juridiques et fiscaux ». Apparaît ensuite une liste des [TRADUCTION] « cabinets CMS et cabines affiliés dans le monde ».

[16] En ce qui concerne les documents qui entrent dans la période pertinente, la page couverture de la publication intitulée « *Establishing a company in Russia* », datée de septembre 2005, et la lettre sur du papier à en-tête datée du 23 octobre 2007 présentent les lettres CMS avec les signes ressemblant à une apostrophe, suivies de la marque de commerce en lettres majuscules et minuscules, telles qu'elles ont été reproduites ci-dessus. Encore une fois, je note qu'il est mentionné au bas de la page du papier à en-tête que [TRADUCTION] « CMS Cameron McKenna LLP fait partie de l'alliance CMS

des cabinets d'avocats indépendants européens » et qu'un certain nombre de [TRADUCTION] « cabinets CMS et cabinets affiliés dans le monde » y sont énumérés.

[17] La marque de commerce est précédée du nouveau logo CMS (reproduit ci-dessus) dans le dernier document de la pièce intitulé « *Law-Now* ». Celui-ci contient un avis de droit d'auteur daté de 2008. Toutefois, rien n'indique qu'il a été diffusé au cours de la période pertinente (à savoir, avant le 22 janvier 2008). Je remarque qu'il y est mentionné ce qui suit : [TRADUCTION] « CMS Cameron McKenna LLP et ses cabinets affiliés font partie de CMS, l'alliance des cabinets d'avocats indépendants européens. Ces cabinets sont des entités juridiques séparées et distinctes de CMS Cameron McKenna LLP et de ses cabinets affiliés internationaux ». Le document énumère également divers [TRADUCTION] « cabinets CMS et cabinets affiliés dans le monde ».

[18] Il est très clairement établi en droit qu'une marque de commerce devrait être employée dans la forme qu'elle avait à l'enregistrement. Toutefois, les tribunaux ont statué que l'inscrivant peut déroger de la forme exacte de la marque de commerce enregistrée sans conséquences fâcheuses si les mêmes traits dominants sont préservés et si les différences sont si insignifiantes qu'elles ne trompent pas l'acheteur non averti [*Promafil Canada Ltée c. Munsingwear Inc.* (1992), 44 C.P.R. (3d) 59 (C.A.F.)]. La question à trancher est de savoir si la marque de commerce a été employée de telle manière qu'elle n'a pas perdu son identité et qu'elle est demeurée reconnaissable, malgré les différences observées entre la forme sous laquelle elle a été enregistrée et la forme sous laquelle elle a été employée [*Registraire des marques de commerce c. Compagnie Internationale pour l'informatique CII Honeywell Bull, Société Anonyme* (1985), 4 C.P.R. (3d) 523 (C.A.F.)].

[19] La décision *Promafil* reprend le raisonnement de l'arrêt de principe *Honey Dew Ltd. c. Rudd* (1928), [1929] Ex. C.R. 83 (C. de l'É. Can.). Dans *Honey Dew*, la marque de commerce employée était différente de celle enregistrée du point de vue de l'arrangement et de la forme des lettres. En concluant que le propriétaire de la marque de commerce avait droit à la protection, le juge Maclean a affirmé ce qui suit (paragraphe 7) :

[TRADUCTION]

La pratique de s'éloigner de la forme précise d'une marque de commerce enregistrée est inacceptable et constitue un grand danger pour l'auteur de l'enregistrement. La marque employée en l'espèce n'est toutefois pas considérablement différente de la marque enregistrée. La dérogation à la forme de la marque enregistrée n'a induit personne en erreur ni causé de préjudice à quiconque, et je ne pense pas que la demanderesse doive perdre son droit de protection en raison de cela.

[20] Dans *Promafil*, la Cour d'appel fédérale a infirmé une conclusion du juge de première instance concernant la différence observée dans l'emploi et l'enregistrement d'un dessin de pingouin. Le juge de première instance avait noté des différences suffisantes entre la marque employée et la marque enregistrée pour justifier la radiation fondée sur l'abandon. Le juge MacGuigan de la Cour d'appel fédérale a déclaré ce qui suit (pages 71 et 72) :

De toute évidence, lors de chaque modification, le propriétaire de la marque de commerce joue avec le feu. Selon les termes du juge Maclean, « la pratique de s'éloigner de la forme précise d'une marque de commerce enregistrée [...] constitue un grand danger pour l'auteur de l'enregistrement ». Mais des modifications prudentes peuvent être apportées sans conséquences fâcheuses si les mêmes traits dominants sont préservés et si les différences sont si insignifiantes qu'elles ne trompent pas l'acheteur non averti. Le droit doit tenir compte des réalités économiques et techniques. La loi relative aux marques de commerce n'exige pas, pour éviter l'abandon, le maintien de l'identité absolue des marques, ni ne considère les différences insignifiantes afin de prendre en faute le propriétaire d'une marque de commerce enregistrée agissant de bonne foi en fonction de la mode et des autres tendances. Elle exige seulement une identité qui maintienne le caractère reconnaissable de la marque et qui évite la confusion chez les acheteurs non avertis.

[21] De la même manière, dans *John Labatt Ltd. c. Brasseries Molson* (1992), 46 C.P.R. (3d) 6 (C.F. 1^{re} inst.), le juge Rouleau a examiné l'effet dans l'emploi de la dérogation à la forme exacte enregistrée, dans une procédure relative à l'article 45. Il a affirmé ce qui suit au paragraphe 12 :

Le principe fondamental qu'il faut dégager est que le propriétaire inscrit d'une marque de commerce ne perd pas ses droits sur la marque même si la marque employée s'écarte de la marque enregistrée lorsque l'écart ne trompe ni ne lèse personne (*Munsingwear*). Selon la jurisprudence, si une marque employée ne diffère pas notablement de la marque enregistrée et que les caractéristiques dominantes sont préservées, l'enregistrement de la marque de commerce devrait être maintenue (*Munsingwear, Honeywell Bull*).

[22] En ce qui a trait aux documents datés de septembre 2005 et du 23 octobre 2007, je suis convaincue que la marque de commerce enregistrée y était reconnaissable. Les mots formant la marque apparaissaient en lettres majuscules et minuscules – les mots CAMERON MCKENNA constituaient encore les caractéristiques dominantes de la marque de commerce.

[23] J'estime qu'il est raisonnable de conclure que le consommateur percevrait le nouveau logo CMS comme une marque de commerce distincte dans le contexte mis en valeur par les caractéristiques de la conception : les signes du genre d'une apostrophe allongée séparant les lettres et l'emploi de lettres majuscules. À mon avis, cet emploi de la marque de commerce ne risque aucunement d'induire en erreur le public. Cette conclusion est en outre étayée par le fait que le sigle CMS est également employé séparément dans les documents de l'inscrivante, dans un paragraphe qui informe le consommateur que CMS est une entité distincte – l'alliance CMS des cabinets d'avocats indépendants européens.

[24] Par ailleurs, l'emploi de deux marques de commerce distinctes combinées constitue une pratique acceptable [*A. W. Allen Ltd. c. Warner-Lambert Canada Inc.* (1985), 6 C.P.R. (3d) 270 (C.F. 1^{re} inst.)], lorsque la marque de commerce enregistrée se démarque des éléments additionnels [*Nightingale Interloc Ltd. c. Prodesign Ltd.* (1984), 2 C.P.R. (3d) 535 (C.O.M.C.)]. En l'espèce, je conclus que les mots CAMERON MCKENNA se démarquent vraiment et qu'ils créeraient une impression distincte dans l'esprit du public.

[25] Compte tenu de ce qui précède, j'ai conclu que l'emploi démontré constitue l'emploi de la marque de commerce enregistrée.

[26] Je vais maintenant me pencher sur la question de savoir si la marque de commerce a été employée ou montrée dans l'exécution ou l'annonce des services visés par l'enregistrement, au sens du paragraphe 4(2) de la Loi.

[27] Les observations de la partie requérante à ce sujet se résument comme suit : puisque l'inscrivante n'a pas d'établissement réel au Canada et qu'elle a fourni les services à partir de son bureau principal à Londres, en Angleterre, elle ne pouvait offrir ou exécuter les services au Canada; puisque l'inscrivante n'était pas autorisée à exercer le droit au Canada, il lui était impossible d'offrir les services au Canada. De plus, la partie requérante a soutenu que les pièces jointes à l'affidavit n'étaient pas pertinentes parce qu'elles ne font aucunement mention du Canada et que l'affidavit est insuffisant parce qu'aucune copie de facture pour des services fournis à des clients canadiens au cours de la période pertinente n'y est jointe.

[28] M^{me} Kilshaw a déclaré dans l'affidavit que l'inscrivante est une grande société internationale d'avocats qui est établie à Londres, en Angleterre. Au cours de la période pertinente, l'inscrivante a fourni des services juridiques et des services consultatifs ayant trait aux services juridiques (les « services de l'inscrivante ») à des clients et à des cabinets d'avocats (au nom de leurs clients) dans le monde entier, y compris à nombre de clients canadiens et de cabinets d'avocats canadiens (affidavit, paragraphe 5). L'inscrivante offrait ses services à partir de son bureau principal à Londres et à partir d'autres cabinets situés au Royaume-Uni et en Europe de l'Est (affidavit, paragraphe 6).

[29] Quant à la question de savoir de quelle manière la marque de commerce a été employée en liaison avec les services de l'inscrivante, M^{me} Kilshaw explique que l'inscrivante la plaçait bien en évidence sur les communications et le produit de travail qu'elle fournissait aux clients et aux cabinets d'avocats canadiens, y compris sur le papier à en-tête de toutes les communications, les cartes professionnelles, les brochures, les bordereaux de télécopie, les documents de marketing, les documents juridiques, les

factures et les rappels (affidavit, paragraphe 8.3). Elle souligne que la pièce LPK1 présente des exemples illustrant les éléments décrits au paragraphe 8.3, exemples qui démontrent précisément comment la marque de commerce était présentée sur les communications envoyées aux clients canadiens de l'inscrivante (affidavit, paragraphe 8.4).

[30] Dans *Porter c. Don the Beachcomber* (1966), 48 C.P.R. 280, la Cour de l'Échiquier du Canada a expliqué en ces termes l'emploi d'une marque de commerce au Canada en liaison avec des services (page 287) :

[TRADUCTION] Je dois donc conclure que l'« emploi au Canada » d'une marque de commerce en ce qui concerne des services ne s'établit pas par la simple annonce de la marque de commerce au Canada jumelée avec l'exécution de ces services ailleurs, mais qu'il nécessite que les services soient exécutés au Canada et que la marque de commerce soit employée ou montrée dans l'exécution ou l'annonce au Canada de ces services.

La simple annonce d'un service au Canada ne suffit pas à établir l'emploi d'une marque de commerce en liaison avec des services au sens de l'article 4 de la Loi; le propriétaire inscrit doit également démontrer qu'il était prêt à fournir les services au Canada au cours de la période pertinente [*Wenward (Canada) Ltd. c. Dynaturf Co.* (1976), 28 C.P.R. (2d) 20 (Reg. M.C.)].

[31] La première allégation de la partie requérante soulève une question intéressante, soit celle de savoir si le fait que l'inscrivante n'avait pas d'établissement réel au Canada empêchait qu'elle soit réputée offrir ou exécuter les services en cause au Canada. Il m'est impossible de conclure que la Loi ou la jurisprudence impose ce fardeau à un propriétaire de marque de commerce. L'inscrivante n'est pas tenue de démontrer qu'elle a un établissement au Canada. Selon le paragraphe 4(2) de la Loi, il est suffisant que l'emploi de la marque dans l'exécution ou l'annonce des services soit démontré.

[32] La partie requérante allègue également que l'inscrivante n'avait pu offrir ou être prête à offrir les services au Canada parce qu'elle n'est pas autorisée à y exercer le droit.

Je ne suis pas d'accord avec cette observation. À mon avis, la question de savoir si l'inscrivante est autorisée à exercer le droit au Canada n'est pas pertinente pour déterminer si elle a fourni ou non des services juridiques et des services consultatifs à des Canadiens. J'estime qu'il est raisonnable et non surprenant que des services juridiques liés à des questions soulevées dans d'autres pays soient offerts à des Canadiens au Canada. Ce qui importe en l'espèce n'est pas la question de savoir si les services juridiques fournis par l'inscrivante étaient liés à des questions de droit canadien, mais bien celle de savoir s'ils ont été fournis à des clients au Canada. Pour les motifs exposés ci-dessous, je suis convaincue que c'était bien le cas.

[33] La partie requérante soutient qu'il est impossible pour l'inscrivante d'exécuter les services au Canada à partir de son bureau à Londres, en Angleterre. À l'appui de cet argument, elle invoque l'affaire *Porter*, précitée. À mon avis, l'affaire *Porter* peut être écartée en l'espèce compte tenu des différences dans le genre de services en cause. Dans *Porter*, il s'agissait de services de restauration, lesquels diffèrent grandement des services juridiques et consultatifs, parce que les services de restauration ne peuvent être exécutés que sur place, à l'établissement réel de l'exploitant. Toutefois, comme l'inscrivante le souligne dans ses observations, [TRADUCTION] « les services juridiques et les services consultatifs connexes de par leur nature même sont exécutés et reçus ailleurs, par téléphone, télécopieur, courrier et messagerie et en personne ». Quelqu'un à l'étranger peut facilement faire la promotion de services juridiques et de services consultatifs, les rendre accessibles et les exécuter pour un client qui se trouve au Canada, sans que ce dernier ait à quitter le Canada [voir, par exemple, *Saks & Co. c. Canada (Registre des marques de commerce)* (1989), 24 C.P.R. (3d) 49 (C.F. 1^{re} inst.); *Société Nationale des Chemins de Fer Français SNCF c. Venice Simplon-Orient-Express, Inc.* (2000), 9 C.P.R. (4th) 443 (C.F. 1^{re} inst.)]. Par conséquent, je suis d'avis que le fait que les services ont été fournis à partir du bureau de l'inscrivante à Londres, en Angleterre, n'empêche pas de conclure qu'il y a eu emploi au sens du paragraphe 4(2) de la Loi.

[34] L'affidavit de M^{me} Kilshaw confirme qu'il y a eu exécution des services au Canada au cours de la période pertinente. Elle affirme que les services ont été fournis

directement à des clients canadiens et à des cabinets d'avocats canadiens. Elle décrit certains clients canadiens, les questions précises ayant fait l'objet de services juridiques et consultatifs fournis par l'inscrivante à ces clients et les honoraires qui leur ont été facturés au cours de la période pertinente (affidavit, paragraphes 7.1 à 7.7).

[35] En outre, les déclarations de la déposante confirment que, au cours de la période pertinente, la marque de commerce a été employée dans l'exécution ou l'annonce des services de l'inscrivante. Il est noté que les communications envoyées à des clients canadiens, y compris les lettres d'opinion et les autres communications de services juridiques et consultatifs, présentaient la marque de commerce. La marque de commerce apparaissait également sur les documents juridiques, qui constituaient le produit des services juridiques et consultatifs rendus aux clients canadiens, ainsi que sur les factures et les rappels qui leur ont été envoyés relativement aux honoraires exigés pour ces services. Pour ce qui est de l'annonce des services inscrits, je constate que la marque de commerce apparaît sur toutes les cartes professionnelles et les documents de marketing remis aux clients canadiens par l'inscrivante dans le cadre de ses services (affidavit, paragraphe 8.3).

[36] Même si la preuve présentée par l'inscrivante n'est pas imposante et que, dans les exemples fournis, seuls deux documents portaient des dates faisant partie de la période pertinente, j'estime que, dans l'ensemble, l'emploi de la marque de commerce en liaison avec les services juridiques et les services consultatifs connexes a été démontré. Pour ce qui est de l'argument suivant lequel les documents ne démontraient pas l'emploi au Canada, il ne faut pas oublier que les pièces doivent être considérées à la lumière des renseignements fournis dans l'affidavit dans leur ensemble, et non comme des documents distincts [*Fraser Milner Casgrain LLP c. Canadian Distribution Channel Inc.* (2009), 2009 CarswellNat 3298 (Reg. M.C.)]. Dans la présente affaire, le lien avec les clients canadiens et avec les services fournis à ces clients est établi au moyen des déclarations faites sous serment par la déposante. De plus, j'accepte l'explication de la déposante suivant laquelle la présentation d'une preuve relative aux communications était limitée

par les obligations de privilège, de confidentialité et de protection des renseignements personnels.

[37] Pour ce qui est de l'argument de la partie requérante concernant l'insuffisance du nombre de factures produites en preuve, il ressort clairement de la jurisprudence qu'il n'y a aucun type particulier de preuve à produire en réponse à l'avis prévu à l'article 45 [*Lewis Thomson & Sons Ltd. c. Rogers, Bereskin & Parr* (1988) 21 C.P.R. (3d) 483 (C.F. 1^{re} inst.), à la page 486]. En ce qui a trait aux services, il suffit à l'inscrivante de démontrer que la marque de commerce a été employée ou montrée dans l'exécution ou l'annonce des services au cours de la période pertinente. Je suis convaincue que l'emploi en liaison avec les services de l'inscrivante a été établi par les déclarations de la déposante et par la pièce qui démontrait que la marque de commerce avait été employée ou montrée sur les communications que l'inscrivante avait envoyées à ses clients canadiens.

[38] Compte tenu de ce qui précède, je suis convaincue qu'il y a eu emploi de la marque de commerce au sens de l'article 45 et du paragraphe 4(2) de la Loi en liaison avec les «[s]ervices juridiques, et services consultatifs ayant trait aux services juridiques ». Par conséquent, en vertu des pouvoirs qui m'ont été délégués en application du paragraphe 63(3) de la Loi, l'enregistrement LMC548503 pour la marque de commerce CAMERON MCKENNA sera maintenu conformément aux dispositions de l'article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13.

FAIT À GATINEAU (QUÉBEC), LE 16 DÉCEMBRE 2009.

P. Heidi Sprung

Membre

Commission des oppositions des marques de commerce

Traduction certifiée conforme
Édith Malo, LL.B.