



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

Référence: 2010 COMC 79
Date de la décision: 2010-06-08

**DANS L'AFFAIRE DE LA PROCÉDURE DE
RADIATION EN VERTU DE L'ARTICLE 45, engagée à
la demande de Bennet Jones LLP, visant l'enregistrement
n° LMC507,227 de la marque de commerce
COMPLIMENT au nom de Accor une société anonyme**

[1] Le 21 juin 2006, à la demande de Bennet Jones LLP (la 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 Accor une société anonyme (l'Inscrivante), propriétaire inscrite de l'enregistrement n° LMC507,227 pour la marque de commerce COMPLIMENT (la Marque) enregistrée en liaison avec les marchandises et services suivants :

MARCHANDISES : Cartes de crédit magnétiques ou électroniques, cartes à mémoire de paiement, cartes et badges électroniques d'accès et de commande; supports de données, nommément: cartes et disques magnétiques ou optiques; produits de l'imprimerie, nommément: magazines, journaux, prospectus, guides, brochures; jetons, cartes, tickets, coupons, articles de papeterie et de bureau (à l'exception des meubles), nommément: albums, agendas, calendriers, autocollants, affiches, cartes de correspondance, cahiers, classeurs, crayons, chemises pour documents, dossier, gommes à effacer, papier à lettre, stylo, porte plume, porte mines, taille crayons.

SERVICES :(1) Publicité; gestion des affaires commerciales; organisation d'opérations commerciales de fidélisation d'une clientèle; distribution de matériel publicitaire, nommément: distribution de tracts, de prospectus, de publicité imprimée, de brochures, de dépliants et de journaux; distribution d'échantillons; services de promotion des ventes; organisation d'expositions ou de manifestations à buts commerciaux ou de publicité.

(2) Services d'assurance, services d'assistance, nommément: en cas de panne de véhicules (réparation), services d'assistance en cas de panne de véhicules

(remorquage), et services d'assistance juridique, service de crédit aux particuliers, service de gestion d'épargne, gestion de carte de paiement et de carte de crédit, émissions de chèques de voyage et de bons de valeurs, services d'émission, de distribution et de compensation de tous moyens de paiement, nommément: tickets, billets, cartes de crédit, chèques, bons d'échange ou de valeurs; services financiers et monétaires, nommément: émissions de chèques de voyage, de bons de valeur, services de cartes de crédit et de carte de fidélité, services d'émission, de distribution et de compensation de tous moyens de paiement, nommément: tickets, billets, cartes de crédit, chèques, bons d'échange ou de valeurs; organisation de loteries; services de télécommunication, de communication par ordinateur, de messageries électroniques, de transmission de messages et d'images assistés par ordinateur; services de transport de personnes par air, par terre et par eau; services d'assistance en cas de panne de véhicules (remorquage), services d'information, d'organisation et de réservation en matière de voyages; location de véhicules; agence de voyage et de tourisme (à l'exception de la réservation d'hôtels, de pensions); réservation de places pour les spectacles; activité [sic] sportives nommément: organisation de rencontres, tournois, championnats [sic] sportifs, enseignement de disciplines sportives, activités culturelles, nommément: organisation d'expositions, de festivals dans le domaine des arts, de l'éducation et de la culture, organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs, organisation et conduite de colloques, de conférences et de congrès, organisation de concours en matière d'éducation ou de divertissement, édition de livres, guides et brochures, animations de parcs d'attractions; services d'hôtellerie, de restauration (alimentation); services de réservation d'hôtels, de pensions, services d'informations en matière d'hôtellerie et de restauration (alimentation); services de thalassothérapie, maisons de repos et de convalescence, salon d'esthétique et de coiffure; location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données; gestion de lieux d'expositions (les Marchandises et Services)

[2] Selon l'article 45 de la Loi, le propriétaire inscrit d'une marque de commerce doit démontrer, à l'égard de chacune des marchandises ou de chacun des services que spécifie l'enregistrement, que la marque de commerce a été employée au Canada 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 ainsi employée en dernier lieu et la raison de son défaut d'emploi depuis cette date. La période pertinente en l'espèce se situe entre le 21 juin 2003 et le 21 juin 2006.

[3] L'emploi en liaison avec des marchandises et services est décrit comme suit à l'article 4 de la Loi :

(1) Une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des marchandises si, lors du transfert de la propriété ou de la possession de ces marchandises, dans la pratique normale du commerce, elle est apposée sur les marchandises mêmes ou sur les colis dans lesquels ces marchandises sont distribuées, ou si elle est, de toute autre

manière, liée aux marchandises à tel point qu'avis de liaison est alors donné à la personne à qui la propriété ou possession est transférée.

(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.

(3) Une marque de commerce mise au Canada sur des marchandises ou sur les colis qui les contiennent est réputée, quand ces marchandises sont exportées du Canada, être employée dans ce pays en liaison avec ces marchandises.

[4] Il est bien établi que l'objet et la portée de l'article 45 de la Loi est de prévoir une procédure simple, sommaire et expéditive visant à débarrasser le registre du « bois mort »; c'est pourquoi le test applicable est peu exigeant. Comme l'a affirmé le juge Russell dans *Uvex Toko Canada Ltd. c. Performance Apparel Corp.* (2004), 31 C.P.R. (4th) 270 :

Nous savons que l'objet de l'article 45 est de débarrasser le registre du « bois mort ». Nous savons que la simple affirmation par le propriétaire de l'emploi de sa marque de commerce ne suffit pas et que le propriétaire doit « indiquer » quand et où la marque a été employée. Il nous faut des éléments de preuve suffisants pour être en mesure de nous former une opinion en vertu de l'article 45 et d'appliquer cette disposition. Également, nous devons maintenir le sens des proportions et éviter la preuve surabondante. Nous savons également que le genre de preuve exigée varie d'une affaire à l'autre, en fonction d'une gamme de facteurs tels que la nature du commerce et les pratiques commerciales du propriétaire de la marque de commerce.

[5] En réponse à l'avis du registraire, l'Inscrivante a produit l'affidavit de Catherine Bertini, directrice juridique des affaires corporatives chez l'Inscrivante, souscrit le 22 décembre 2006, accompagné des pièces CB-1 à CB-3 inclusivement. Seule la Requérante a produit des représentations écrites. Quelques jours avant la tenue de l'audience à laquelle les deux parties ont participé, l'Inscrivante a demandé la permission d'introduire comme preuve complémentaire l'affidavit de Hervé Grain, souscrit le 31 mars 2010.

[6] La Requérante s'est objectée, avec raison, à cette demande. Lors de l'audience, j'ai refusé cette demande de l'Inscrivante au motif que l'énoncé de pratique *Pratique régissant la procédure de radiation prévue à l'article 45* énonce spécifiquement qu'« [e]n règle générale, le registraire ne fera pas droit à une demande de prolongation de délai rétroactive en vertu du paragraphe 47(2) de la Loi pour produire une preuve additionnelle une fois que la partie requérante a produit ses représentations écrites ». En l'occurrence, non seulement l'Inscrivante a-t-elle fait défaut de requérir expressément une prolongation de délai rétroactive conformément au paragraphe 47(2) de la Loi accompagnée du paiement des droits prescrits, mais qui plus est, les

raisons invoquées par l’Inscrivante pour justifier la tardivité de la production de cet affidavit s’avéraient nettement insuffisantes. Conséquemment, l’affidavit de M. Grain ne sera pas pris en considération dans le cadre de mon analyse et est retourné sous pli séparé à l’Inscrivante.

[7] Lors de l’audience, l’Inscrivante a indiqué qu’elle ne ferait aucune représentation sur les marchandises et services suivants :

MARCHANDISES : cartes à mémoire de paiement, cartes et badges électroniques d'accès et de commande; supports de données, nommément: cartes et disques magnétiques ou optiques; produits de l'imprimerie, nommément: magazines, journaux, prospectus, guides, brochures; jetons, cartes, tickets, coupons, articles de papeterie et de bureau (à l'exception des meubles), nommément: albums, agendas, calendriers, autocollants, affiches, cartes de correspondance, cahiers, classeurs, crayons, chemises pour documents, dossier, gommes à effacer, papier à lettre, stylo, porte plume, porte mines, taille crayons.

SERVICES :(1) Publicité; distribution de matériel publicitaire, nommément: distribution de tracts, de prospectus, de publicité imprimée, de brochures, de dépliants et de journaux; distribution d'échantillons; services de promotion des ventes; organisation d'expositions ou de manifestations à buts commerciaux ou de publicité. (2) services d'assistance, nommément: en cas de panne de véhicules (réparation), services d'assistance en cas de panne de véhicules (remorquage), et services d'assistance juridique, service de gestion d'épargne; organisation de loteries; services de télécommunication, de communication par ordinateur, de messageries électroniques, de transmission de messages et d'images assistés par ordinateur; services de transport de personnes par air, par terre et par eau; services d'assistance en cas de panne de véhicules (remorquage); location de véhicules; réservation de places pour les spectacles; activité [sic] sportives nommément: organisation de rencontres, tournois, championnats [sic] sportifs, enseignement de disciplines sportives, activités culturelles, nommément: organisation d'expositions, de festivals dans le domaine des arts, de l'éducation et de la culture, organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs, organisation et conduite de colloques, de conférences et de congrès, organisation de concours en matière d'éducation ou de divertissement, édition de livres, guides et brochures, animations de parcs d'attractions; services d'informations en matière d'hôtellerie et de restauration (alimentation); services de thalassothérapie, maisons de repos et de convalescence, salon d'esthétique et de coiffure; location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données; gestion de lieux d'expositions.

L’Inscrivante a admis avec réticence qu’aucune preuve d’emploi de la Marque en liaison avec ces marchandises et services n’avait été produite ajoutant par contre que des « extrapolations pourraient être faites » à partir de la preuve d’emploi soumise par Mme Bertini. Tel qu’il ressortira de mon analyse ci-après, je suis d’avis que pareilles extrapolations ne peuvent être

faites dans les circonstances, d'autant plus que l'Inscrivante s'est gardée d'expliquer à partir de quels éléments de preuve et en regard de quels services ou marchandises précis ces extrapolations pouvaient être faites. Conséquemment, ces marchandises et ces services seront radiés de l'enregistrement.

[8] Considérant plus en détail la preuve soumise par l'Inscrivante, Mme Bertini affirme dans son affidavit que l'Inscrivante est « leader européen et groupe mondial dans l'univers du voyage, de l'hôtellerie et du tourisme avec ses deux grands métiers internationaux : l'hôtellerie et les services aux entreprises et aux collectivités publiques ». Mme Bertini ajoute sur ce point que l'Inscrivante est présente dans près de 100 pays, dont durant la période pertinente, au Canada.

[9] Mme Bertini affirme qu'au 30 juin 2006, l'Inscrivante exploitait au Canada 16 hôtels (dont *Sofitel Montréal*), lesquels font partie intégrante de l'Inscrivante. Elle affirme que dans le cadre de sa stratégie de fidélisation et de publicité, l'Inscrivante a, au Canada, depuis au moins 2001, mis sur pied un programme mondial de fidélisation par voie de cartes, monnaie, chèques et points portant la mention « COMPLIMENTS ». Il convient de noter dès maintenant que l'ensemble de la preuve soumise par l'Inscrivante concerne la marque « COMPLIMENTS » au pluriel plutôt que la marque « COMPLIMENT » tel qu'enregistrée. Mme Bertini aborde d'ailleurs cette question au paragraphe 3 de son affidavit en faisant référence à « la marque COMPLIMENT dans sa forme COMPLIMENTS ».

[10] La Requérante soumet que pareil écart dans l'emploi de la Marque ne peut valoir pour l'emploi de la Marque telle qu'enregistrée, ce que nie l'Inscrivante. Je suis d'accord avec l'Inscrivante pour dire que cet écart par rapport à la Marque déposée peut être qualifié de mineur; la Marque COMPLIMENT demeure reconnaissable en soi et conserve son identité [voir les arrêts de principe *Registraire des marques de commerce c. Compagnie Internationale pour l'Informatique CII Honeywell Bull* (1985), 4 C.P.R. (3d) 523 (C.A.F.) et *Promafil Canada Ltée c. Munsingwear Inc.* (1992), 44 C.P.R. (3d) 59 (C.A.F.), de même que les décisions suivantes discutant de l'ajout ou de l'omission d'un « s » marquant le pluriel: *Swabey Ogilvy Renault c. Entreprises Krasnow Ltée/Krasnow Entreprises Ltd.* (1997), 83 C.P.R. (3d) 259 (C.O.M.C.); *Osler, Hoskin & Hartcourt c. Sears Canada Inc.* (2001), 11 C.P.R. (4th) 275 (C.O.M.C.); *Axa Assurances Inc. c. Charles Schwab & Co., Inc.* (2005), 49 C.P.R. (4th) 47 (C.O.M.C.); *Ridout &*

Maybee LLP c. Walgreen Co. (2005), 52 C.P.R. (4th) 64 (C.O.M.C.); et *Boy Scouts of Canada c. Aleksiuik* (2006), 56 C.P.R. (4th) 459 (C.O.M.C.)). Contrairement aux représentations de la Requérante, le fait que l’Inscrivante aurait produit une demande d’enregistrement séparée pour la marque COMPLIMENTS ne peut en l’occurrence être retenu à l’encontre de l’Inscrivante dans le cadre de la présente procédure.

[11] Revenant sur le programme de fidélisation de l’Inscrivante, Mme Bertini affirme que par des chèques-cadeaux COMPLIMENTS, il est possible à leurs bénéficiaires d’avoir accès à plus de 2500 hôtels de l’Inscrivante dans le monde. Ces chèques-cadeaux permettent de payer, en tout ou en partie, le coût d’un séjour dans un hôtel ou encore les services qui s’y rapportent, soit d’agence de voyages, de restauration, de location ou autre.

[12] Mme Bertini poursuit son affidavit en affirmant qu’il existe également un programme de cartes d’abonnement, de cartes de fidélité et de cartes de paiement sur lesquelles apparaît la marque COMPLIMENTS, lesquelles permettent un abonnement à l’un ou l’autre des services offerts par l’Inscrivante (ou des marchands participants) dans le domaine de la restauration, de l’hôtellerie ou de l’assistance. La marque COMPLIMENTS est également apposée sur des cartes de crédit qui peuvent servir au paiement des divers services offerts par l’Inscrivante ou par des tiers participants.

[13] Il convient de noter dès maintenant que rien dans la preuve de l’Inscrivante ne permet d’inférer que les services d’hôtellerie et autres soi-disant services d’agence de voyages, de restauration, de location, etc. offerts par l’Inscrivante ou des tiers participants (par ailleurs non nommés) sont rendus au Canada en liaison avec la marque COMPLIMENTS, la marque COMPLIMENTS se rattachant seulement au programme de fidélisation de l’Inscrivante, lequel consiste en un « moyen d’échange ».

[14] Mme Bertini affirme au paragraphe 9 de son affidavit qu’au cours de la période pertinente, l’Inscrivante publicisait au Canada, dans le cours normal des affaires, sa marque COMPLIMENTS en liaison avec « ses services d’assurances, de gestion de cartes de paiement ou de crédit, d’émission de chèques de voyages et de bons de valeurs, d’émission, de distribution et de compensation de tous moyens de paiement, de services financiers et monétaires, de services d’émission, distribution et de compensation de tous moyens de paiement par l’entremise de

cartes de crédit, chèques, bons d'échange ou de valeurs, de même que de cartes de fidélité sur lesquels était apposée la marque COMPLIMENTS. » Cette affirmation générale d'emploi de la part de Mme Bertini ne constitue pas en soi une preuve d'emploi de la Marque. Cette affirmation se doit d'être supportée par des faits précis démontrant l'emploi de la Marque en liaison avec ces services [voir à cet effet *Aerosol Fillers Inc. c. Plough (Canada) Ltd.* (1981), 53 C.P.R. (2d) 62]. Cette affirmation de Mme Bertini est néanmoins pertinente en ce qu'elle est totalement silencieuse quant aux marchandises et services énumérés précédemment au paragraphe 7 de ma décision. Tel qu'indiqué plus haut, aucune inférence d'emploi à l'égard de ces marchandises et services ne peut être faite à partir de la preuve d'emploi soumise.

[15] Considérant plus particulièrement les services allégués au paragraphe 9 de l'affidavit de Mme Bertini reproduits plus haut, celle-ci produit en liasse comme pièce CB-3, diverses factures faisant soi-disant état de l'emploi de la marque COMPLIMENTS au Canada avec ces services. Ces factures émanent de la société *Accentiv'House* (ou *Accentiv'*) que Mme Bertini décrit comme une filiale à part entière de l'Inscrivante agissant à titre d'opérateur-conseil en marketing relationnel et qui, à ce titre, gère, entre autres, le programme de fidélisation COMPLIMENTS de l'Inscrivante sous les licence et contrôle de celle-ci, en ce qui a trait à la qualité des services en liaison avec lesquels la marque COMPLIMENTS est employée.

[16] Bien que Mme Bertini affirme que « ces factures sont un échantillonnage représentatif mais certainement pas exhaustif » de l'emploi de la marque COMPLIMENTS en liaison avec ces services, il appert, après vérification auprès de l'agent représentant l'Inscrivante au cours de l'audience, que celles-ci se rattachent uniquement au remboursement de chèques-cadeaux COMPLIMENTS de type « Travel » ou « Hotel » employés à l'hôtel *Sofitel Montréal* au cours notamment de la période pertinente.

[17] Les chèques-cadeaux référencés dans les factures CB-3 sont par ailleurs reproduits dans les extraits des sites Internet de l'Inscrivante « www.accorhotels.com » et « www.accor.com » (redirigé à « www.compliments.fr ») produits à titre de pièce CB-2 que Mme Bertini décrit comme étant représentatifs des pages Web qui étaient disponibles et accessibles au public canadien durant la période pertinente.

[18] Plus particulièrement, ces extraits décrivent brièvement le programme de fidélisation mondial des hôtels de l’Inscrivante qui offre des services et des points COMPLIMENTS. Les chèques-cadeaux COMPLIMENTS de type « Travel » ou « Hotel » y sont reproduits et décrits comme étant acceptés en direct dans plus de 2500 hôtels de l’Inscrivante et permettant de régler tout ou partie des prestations fournies par les hôtels du réseau « Compliments® Accor Hotels ».

[19] Ces extraits incluent également divers exemples de cartes d’abonnement, de cartes de fidélité et de cartes de paiement. Bien que la marque COMPLIMENTS apparaisse sur certaines d’entre elles, je note que l’une porte sur les hôtels « Accor Brésil » et s’applique uniquement aux hôtels du Brésil. Pour ce qui est de la carte de crédit COMPLIMENTS – AMERICAN EXPRESS, elle y est décrite comme une carte de paiement internationale (accessible uniquement aux clients ayant un compte bancaire en France ou en Allemagne) permettant de gagner des « Points COMPLIMENTS » sur chaque dépense réglée dans tous les établissements de l’Inscrivante ainsi que chez les commerçants acceptant la carte *American Express*.

[20] Le programme mondial de fidélisation de l’Inscrivante est également décrit dans la pièce CB-1 produite au soutien de l’affidavit de Mme Bertini, laquelle semble consister en une présentation interne décrivant la stratégie de fidélisation de l’Inscrivante. Y sont brièvement décrits le programme mondial de fidélisation, de même que les différentes cartes adaptées aux profils de consommation de ses clients et la monnaie de fidélisation commune (les « Points COMPLIMENTS »).

[21] Mme Bertini conclut son affidavit en affirmant que les cartes de crédit, chèques-cadeaux, bons d’échange et cartes portant la marque COMPLIMENTS pouvaient, durant la période pertinente, être utilisés pour tous les services offerts par l’Inscrivante au Canada et l’ont été. Elle affirme qu’« il s’agit d’un moyen d’échange et [qu’]il n’est pas possible de déterminer précisément chacun des services pour lesquels ils ont été utilisés ».

[22] Il s’agit-là de l’ensemble de la preuve d’emploi produite par l’Inscrivante.

[23] Considérant le libellé des Marchandises à la lumière de cette preuve, je suis d’avis que l’emploi de la Marque au Canada n’a été démontré en liaison avec aucune des Marchandises. Considérant plus particulièrement les marchandises identifiées comme « cartes de crédit

magnétiques ou électroniques » (soit les seules marchandises restantes après suppression des marchandises énumérées au paragraphe 7 de ma décision), la preuve au dossier ne me permet pas d'inférer que pareilles cartes ont été transférées dans la pratique normale du commerce au Canada au sens de l'article 4 de la Loi.

[24] Tel que discuté plus haut, la carte de crédit COMPLIMENTS – AMERICAN EXPRESS est accessible uniquement aux clients ayant un compte bancaire en France ou en Allemagne. Le fait que des porteurs de cette carte de crédit aient employé pareille carte dans les hôtels de l'Inscrivante au Canada au cours de la période pertinente ne peut en l'occurrence valoir pour l'emploi de la marque COMPLIMENTS en liaison avec pareilles cartes en tant que « marchandises » au sens de l'article 4 de la Loi par opposition à des « services de cartes de crédit ».

[25] Pour ce qui est des Services, l'ensemble de la preuve de l'Inscrivante se rattache à un programme de fidélisation et non pas à de quelconques services d'assurance, d'agence de voyages, etc. offerts en liaison avec la marque COMPLIMENTS.

[26] Plus particulièrement, je retiens de mon analyse de la preuve de l'Inscrivante que son programme de fidélisation est essentiellement offert par le biais de cartes d'abonnement, de cartes de fidélité, de cartes de paiement, de cartes de crédit et de chèques-cadeaux employés dans les hôtels du réseau « Compliments® Accor Hotels ».

[27] S'agissant plus particulièrement du Canada, je suis d'avis que la marque COMPLIMENTS a été employée au cours de la période pertinente en liaison avec le volet « chèques-cadeaux » de ce programme, tel que supporté notamment par les factures CB-3 mises en preuve par Mme Bertini. Je suis également d'avis de reconnaître de l'ensemble de la preuve au dossier que l'emploi de la marque COMPLIMENTS en liaison avec les volets « cartes d'abonnement », « cartes de fidélité », « cartes de paiement » et « cartes de crédit » (reproduites dans les pièces CB-1 et CB-2) de ce programme a été démontré. J'estime en effet raisonnable d'accorder foi aux affirmations de Mme Bertini selon lesquelles ces diverses cartes ont été employées au Canada au cours de la période pertinente dans le cadre de son programme de fidélisation. Il m'apparaît à cet égard raisonnable de conclure de la preuve au dossier que des canadiens ou des visiteurs étrangers séjournant dans les hôtels de l'Inscrivante dont l'hôtel *Sofitel*

Montréal aient employé l'une ou plusieurs de ces cartes en complément des chèques-cadeaux de l'Inscrivante pendant la période pertinente.

[28] Considérant le libellé des Services à la lumière des commentaires qui précèdent, je suis d'avis de reconnaître de l'ensemble de la preuve que l'Inscrivante a employé la Marque au Canada en liaison avec les services suivants :

« organisation d'opérations commerciales de fidélisation d'une clientèle; émissions de bons de valeurs, services d'émission, de distribution et de compensation de tous moyens de paiement, nommément : cartes de crédit, bons d'échange ou de valeurs; services financiers et monétaires, nommément émissions de bons de valeur, services de cartes de crédit et de carte de fidélité, services d'émission, de distribution, de compensation de tous moyens de paiement, nommément cartes de crédit, bons d'échange ou de valeurs »

[29] À cet égard, je suis d'avis que les « chèques-cadeaux » de l'Inscrivante peuvent être considérés en tant que « bons d'échange ou de valeurs ». Comme il n'est pas de mon ressort dans le cadre de la présente procédure de redéfinir le libellé des Services, je suis d'avis de conserver les redondances apparentes dans la description qui précède et de me limiter à radier seulement les services pour lesquels l'emploi de la Marque n'a pas été démontré.

[30] J'ajouterai en terminant que le présent dossier ne concerne pas une situation où des circonstances spéciales justifiant le défaut d'emploi de la Marque à l'égard des marchandises et services pour lesquels l'emploi n'a pas été démontré s'appliquent. L'Inscrivante n'a pas soutenu que le non-emploi de la Marque en liaison avec ces marchandises et services était attribuable à des circonstances spéciales pas plus qu'il n'existe d'élément de preuve étayant une telle thèse.

[31] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, l'enregistrement sera modifié de façon à radier les marchandises et services pour lesquels l'emploi de la Marque n'a pas été démontré. L'enregistrement sera par conséquent maintenu uniquement à l'égard des services suivants conformément aux dispositions de l'article 45 de la Loi :

« organisation d'opérations commerciales de fidélisation d'une clientèle; émissions de bons de valeurs, services d'émission, de distribution et de compensation de tous moyens de paiement, nommément : cartes de crédit, bons d'échange ou de valeurs; services financiers et monétaires, nommément émissions de bons de valeur, services

de cartes de crédit et de carte de fidélité, services d'émission, de distribution, de compensation de tous moyens de paiement, notamment cartes de crédit, bons d'échange ou de valeurs »

Annie Robitaille
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada