



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

Référence : 2015 COMC 19
Date de la décision : 2015-01-30
TRADUCTION

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION
produite par Virgin Enterprises Limited
à l'encontre de la demande
d'enregistrement n° 1,316,254 pour la
marque de commerce VIRGIN WATER
au nom de City Water International Inc.**

[1] J'estime pertinent d'entamer cette décision en citant un extrait de la décision de la Cour suprême du Canada dans l'affaire *Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc* (2006) 49 CPR (4th), p. 338 :

[TRADUCTION]

Il ne fait aucun doute que certaines marques célèbres possèdent un pouvoir protéiforme (on a prétendu, par exemple, que la marque de commerce distinctive rouge et blanche « *Virgin* » a jusqu'à présent été employée en liaison avec une telle diversité de marchandises et de services qu'elle ne connaît pratiquement aucune limite), alors que d'autres marques célèbres désignent clairement un produit spécifique. On dit de « *Apple* » qu'elle est une marque de commerce très connue associée simultanément, dans des marchés distincts, à des ordinateurs, à une étiquette d'enregistrement et à des glaces d'automobiles... Nous ne sommes saisis ni du cas de « *Virgin* » ni de celui de « *Apple* » et je ne me prononce sur ni l'un ni l'autre, sauf pour signaler qu'ils ont été cités en exemple au cours de l'argumentation.

[2] Dans l'affaire *Mattel*, la Cour suprême devait déterminer si la marque de commerce BARBIE'S & Dessin pour emploi en liaison avec des [TRADUCTION] « services de restaurant, services de mets à emporter, services de traiteur et de banquet » aurait été susceptible de créer de la confusion avec la marque de commerce BARBIE de Mattel, Inc., qui a été jugée célèbre au

Canada pour des [TRADUCTION] « poupées et accessoires de poupées ». La Cour suprême a conclu que ce ne serait pas le cas.

[3] En tirant cette conclusion, la Cour suprême a affirmé que, même si la renommée de la marque BARBIE était une « circonstance de l'espèce » importante, l'étendue de sa protection était tributaire de toutes les circonstances, y compris les facteurs énumérés à l'article 6(5) de la Loi [*Mattel, précité*, p. 354].

[4] Si la Cour s'est dit en accord avec une remarque précédente du professeur McCarthy selon laquelle [TRADUCTION] « une marque relativement forte peut franchir d'un seul bond un écart considérable entre deux gammes de produits », elle a souligné que cet énoncé implique que la « gamme de produits » représente généralement un obstacle important, même pour une marque célèbre [*Mattel, précité*, p. 355-356]. La Cour a affirmé que lorsque toutes les circonstances de l'espèce sont prises en considération, dans certains cas, certaines circonstances (comme la différence entre les produits) auront plus de poids que d'autres [*Mattel, précité*, p. 354].

[5] La Cour a reconnu le fait que des [TRADUCTION] « marques célèbres » font l'objet de nombreuses licences pour des produits et des services qui ne sont pas nécessairement traditionnellement liés à une marque en particulier comme étant une circonstance pertinente de l'espèce [*Mattel, précité*, p. 357]. Cependant, BARBIE n'a pas été jugée célèbre à l'égard d'autres produits que des poupées et des accessoires de poupées, et il n'y avait aucune preuve que des licenciés employaient BARBIE en liaison avec des services liés à la restauration. La Cour a, par conséquent, jugé difficile de voir le fondement sur lequel une conclusion erronée pouvait être tirée et a conclu que, malgré la notoriété de la marque de commerce BARBIE, il était raisonnable de conclure qu'il n'existait pas de probabilité de confusion sur le marché.

[6] Selon les parties, ce sont les marques de commerce VIRGIN mentionnées dans l'affaire *Mattel* dont est maintenant saisie cette Commission. Comme c'était le cas dans *Mattel*, l'Opposante en l'espèce s'appuie sur le fait que la marque de commerce de la Requérante a un degré de ressemblance élevé avec ses marques de commerce VIRGIN et elle affirme que, compte tenu de la notoriété de ses marques de commerce, il y aurait probabilité de confusion, malgré les

différences dans le genre de produits et de services ou dans les voies de commercialisation des parties.

[7] Là où la présente espèce diffère de l'affaire *Mattel*, c'est que l'Opposante soutient que la preuve en l'espèce démontre que ses marques de commerce font l'objet de nombreuses licences et que la notoriété de ses marques de commerce ne se limite pas à une région ou à une activité particulière. L'Opposante fait valoir qu'elle est reconnue pour sa diversification. Elle soutient que, si ces circonstances de l'espèce sont prises en compte, de même que les autres circonstances de l'espèce qui sont énoncées à l'article 6(5) de la Loi, il est justifié de repousser la demande relative à la marque de commerce VIRGIN WATER de la Requérante.

[8] La Cour suprême a certainement donné la latitude nécessaire pour en arriver à une telle conclusion dans l'affaire *Mattel*. Cependant, la preuve qui a été produite en l'espèce n'est pas suffisante pour me permettre de tirer une telle conclusion.

[9] Pour les motifs qui suivent, l'opposition est rejetée.

Historique du dossier

[10] Le 13 septembre 2006, City Water International Inc. (la Requérante) a produit la demande d'enregistrement n° 1,316,254 pour la marque de commerce VIRGIN WATER (la Marque). La demande est fondée sur l'emploi projeté et vise à l'heure actuelle des produits qui sont décrits comme des [TRADUCTION] « refroidisseurs d'eau, systèmes de filtration d'eau et café » et des services qui sont décrits comme des [TRADUCTION] « services de location, crédit-bail et vente de systèmes de filtration d'eau et de refroidisseurs d'eau ».

[11] La demande relative à la Marque a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 14 décembre 2011; Virgin Enterprises Limited (l'Opposante) s'y est opposée le 14 février 2012 par la voie d'une déclaration d'opposition produite en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch. T-13 (la Loi). Les motifs d'opposition sont fondés sur les articles 30e), 30i), 12(1)d), 16(3)a), 16(3)b), 16(3)c) et 2 de la Loi.

[12] La Requérante a produit une contre-déclaration le 10 avril 2012 dans laquelle elle conteste chacun des motifs d'opposition invoqués.

[13] Au soutien de son opposition, l'Opposante a produit les affidavits de Christina E. Masouras (l'affidavit de M^{me} Masouras) et de Victoria Wisener (l'affidavit de M^{me} Wisener), tous deux souscrits le 10 septembre 2012. Les déposantes n'ont pas été contre-interrogées.

[14] Au soutien de sa demande d'enregistrement, la Requérante a produit l'affidavit de Gary Kimel, souscrit le 11 janvier 2013 (l'affidavit de M. Kimel). M. Kimel a été contre-interrogé relativement à son affidavit et la transcription de son contre-interrogatoire a été versée au dossier.

[15] Comme preuve en réponse, l'Opposante a produit l'affidavit de Gladys Tibbo Witt, souscrit le 30 septembre 2013 (l'affidavit de M^{me} Tibbo Witt).

[16] Les parties ont toutes deux produit un plaidoyer écrit et étaient toutes deux présentes à l'audience qui a été tenue.

Fardeau de preuve

[17] La Requérante a 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 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 (3d) 293 (CF 1^{re} inst), p. 298].

Aperçu de la preuve

Preuve de l'Opposante

Affidavit de M^{me} Wisener

[18] M^{me} Wisener est avocate en marques de commerce employée par l'Opposante à Genève, en Suisse. Elle travaille pour l'Opposante depuis 2011 et est responsable de son portefeuille

mondial de marques de commerce [affidavit de M^{me} Wisener, para. 1]. Son affidavit présente des renseignements sur l'Opposante, sur ses marques de commerce et sur ses activités commerciales.

i) L'Opposante

[19] L'Opposante est membre d'un groupe de sociétés appelées collectivement le groupe de sociétés Virgin (le [TRADUCTION] « Groupe Virgin ») [affidavit de M^{me} Wisener, para. 3]. Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin a à l'origine été établi comme une entreprise de vente de disques par correspondance par Sir Richard Branson au Royaume-Uni en 1970, et il est aujourd'hui devenu un réseau international de plus de 300 sociétés, qui exercent leurs activités sous le nom de VIRGIN [affidavit de M^{me} Wisener, para. 4].

[20] Au paragraphe 5 de son affidavit, M^{me} Wisener explique que l'Opposante est responsable de la propriété, de la gestion et de la protection de toutes les marques de commerce et de la propriété intellectuelle du [TRADUCTION] « Nom Virgin », de la « Signature Virgin » et des « marques associées » (appelés collectivement par M^{me} Wisener les [TRADUCTION] « Marques Virgin »).

[21] Selon M^{me} Wisener, l'Opposante détient un portefeuille d'enregistrements et de demandes pour ses marques de commerce Virgin réparti dans 150 pays et 45 catégories de produits et de services. Un imprimé des détails reliés aux marques de commerce que l'Opposante détient au Canada est joint comme Pièce « A » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Ces demandes et ces enregistrements visent des produits et des services comme le transport aérien, les trains, le fret/cargaison aérienne, les montgolfières, les véhicules spatiaux et le tourisme spatial, la musique, les jeux, les vacances, les services hôteliers, les services financiers, les gymnases, les services Internet, les vêtements, les cosmétiques et autres articles de mode.

[22] Un résumé de l'histoire du Groupe Virgin qui souligne certaines des activités, des industries et des commerces dans lesquels le Groupe Virgin est engagé est joint comme Pièce « B » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Parmi ceux-ci figure ce qui suit : services de voyage et de transport et services touristiques; services de médias, de télécommunications et de divertissement; services financiers et services de transfert de fonds; services de santé et de bien-être; produits et services reliés aux loisirs et au mode de vie, dont les jeux informatisés et les

logiciels, les livres, les vêtements, les cosmétiques, les bijoux, les spas, la course automobile, les services de soutien informatique, les cinémas, les boissons alcoolisées et non alcoolisées; ainsi que les intérêts et les causes sociales et environnementales. En particulier, la plus grande partie du résumé se rapporte à des activités internationales, et le Canada est seulement mentionné brièvement dans le contexte de l'industrie phonographique pendant les années 1980, des magasins « Virgin Megastore » dans les années 1990 et des services de téléphonie « Virgin Mobile » en 2005.

ii. Les licenciées de l'Opposante

[23] Au paragraphe 5 de son affidavit, M^{me} Wisener affirme que l'Opposante est responsable de la propriété, de la gestion et de la protection de toutes les marques de commerce et de la propriété intellectuelle des Marques Virgin au nom des licenciées de l'Opposante, [TRADUCTION] « sur lesquelles elle exerce un contrôle, tant au sein qu'à l'extérieur du Groupe Virgin, dans le monde entier ».

[24] M^{me} Wisener appelle l'Opposante « VEL » tout au long de son affidavit, et j'en ferai autant lorsque je mentionnerai les diverses parties de son affidavit.

[25] Au paragraphe 11 de son affidavit, M^{me} Wisener affirme ce qui suit [TRADUCTION] : « VEL est chargée d'accorder des licences d'emploi des Marques Virgin en liaison avec divers produits et services aux sociétés tant au sein qu'à l'extérieur du Groupe Virgin. À l'heure actuelle, VEL accorde des licences d'emploi des Marques Virgin à environ 60 (soixante) licenciées dans un large éventail de commerces. Dans tous les cas, l'emploi des Marques Virgin par ses licenciées est strictement contrôlé par VEL » [affidavit de M^{me} Wisener, para. 11].

[26] M^{me} Wisener explique que la plupart des licenciées de VEL sont des entités commerciales dont le nom débute par le Nom Virgin, suivi d'un descripteur dénotant les produits ou les services offerts par cette société en particulier. On compte parmi les exemples Virgin Mobile, Virgin Radio, Virgin Holidays, etc. Une liste d'exemples d'emplois actuels et passés du Nom Virgin accompagné de mots ou d'éléments supplémentaires est jointe comme Pièce « C » à l'affidavit de M^{me} Wisener [affidavit de M^{me} Wisener, para. 12].

[27] Au paragraphe 13, M^{me} Wisener affirme que la majorité des licenciées qui n'intègrent pas le Nom Virgin à leur dénomination sociale l'intègrent au nom commercial qu'elles emploient auprès des consommateurs, ou emploient le Nom Virgin en liaison avec leurs produits ou services et que cet emploi est aussi strictement contrôlé par VEL.

[28] La Requérante soutient qu'il n'existe aucune preuve que le régime d'octroi de licences de l'Opposante répond aux exigences de l'article 50(1) de la Loi. En particulier, la Requérante fait valoir qu'il n'existe aucune preuve de contrôle direct ou indirect sur les caractéristiques ou la qualité des produits ou des services qui sont liés aux marques de commerce déposées de VEL. La Requérante soutient que les détails nécessaires pour étayer l'emploi distinctif d'une marque de commerce au Canada font gravement défaut dans l'affidavit de M^{me} Wisener.

[29] L'article 50(1) de la Loi prévoit expressément que, pour que l'emploi d'une marque de commerce par un licencié puisse être attribué au propriétaire de la marque de commerce, le propriétaire doit « contrôler[r], directement ou indirectement, les caractéristiques ou la qualité des produits ou des services » [voir l'article 50 de la Loi]. L'affidavit de M^{me} Wisener ne renferme aucune déclaration explicite à cet effet. M^{me} Wisener affirme que l'Opposante exerce un contrôle sur ses licenciées [TRADUCTION] « tant au sein qu'à l'extérieur du Groupe Virgin » et que l'emploi des Marques Virgin est strictement contrôlé par l'Opposante, mais elle ne mentionne rien au sujet du contrôle exercé par l'Opposante sur les caractéristiques ou la qualité des produits et services qui sont liés aux Marques Virgin.

[30] La jurisprudence tend à indiquer qu'on peut parfois conclure à un contrôle, si une telle conclusion est étayée par la preuve. Par exemple, on conclut à un contrôle lorsque : il existe une preuve que les produits sont désignés comme étant fabriqués « sous licence »; des déclarations indiquent comment le propriétaire établit des normes se rapportant aux produits et services; des détails concernent une structure organisationnelle ou une relation hiérarchique qui dénote le contrôle requis; il existe une preuve que la même personne assure une position de contrôle tant auprès du propriétaire que du licencié; ou il existe une preuve que le propriétaire et le licencié partagent des locaux commerciaux [voir *Wells' Dairy Inc c UL Canada Inc* (2000), 7 CPR (4th) 77 (CF 1^{re} inst); *BCF SENCRL c Spirits International BV*, 2012 CAF 131; *3082833 Nova Scotia Co c Lang Michener LLP*, 2009 CF 928; *Lindy c Canada (Registraire des marques de*

commerce), [1999] ACF n° 682 (CAF); *Petro-Canada c 2936661 Canada Inc* (1998), 83 CPR (3d) 129 (CF 1^{re} inst)]; *Borden Elliot Scott & Ayles c House of Kwong Sang Hong International Ltd* 2004 CF 554; et *Air Miles International Trading BV c Cathay Pacific Airways Ltd*, 2014 CF 549].

[31] De plus, l'article 50(2) de la Loi prévoit que, lorsqu'un avis public a été donné quant à l'identité du propriétaire et selon lequel l'emploi d'une marque de commerce fait l'objet d'une licence, cet emploi est réputé, sauf preuve contraire, avoir fait l'objet d'une licence du propriétaire, et le contrôle des caractéristiques et de la qualité des produits ou services est réputé, sauf preuve contraire, être celui du propriétaire. Je souligne que, dans certains cas, on peut considérer qu'un avis public a été donné dans les pièces jointes à l'affidavit de M^{me} Wisener. En particulier, sur les photocopies de l'emballage de CD et de DVD jointes comme Pièce « S », il est indiqué que la marque de commerce appartient à VEL et est employée sous licence.

[32] Outre ces rares cas, aucun autre avis public n'a été donné et aucune déclaration claire n'est faite selon laquelle l'Opposante exerce un contrôle direct ou indirect sur les caractéristiques ou la qualité des produits et services, ainsi que l'exige l'article 50(1) de la Loi.

[33] Je ne suis pas disposée à tirer la conclusion que le contrôle qui est requis en vertu de l'article 50(1) de la Loi est exercé d'après les autres rares allégations de fait qui sont présentées dans l'affidavit de M^{me} Wisener. Au moins une partie des licenciées ne font même pas partie du Groupe Virgin et, bien que M^{me} Wisener affirme que l'Opposante exerce un contrôle sur ses licenciées [TRADUCTION] « tant au sein qu'à l'extérieur du Groupe Virgin, dans le monde entier », elle n'a pas expliqué ce que cela signifie ni fourni de détails quant à la manière dont l'Opposante est en mesure d'exercer un tel contrôle. Il est difficile de concevoir comment l'Opposante pourrait exercer un contrôle sur une entité externe et n'ayant aucun lien avec elle; par ailleurs, l'exercice d'un contrôle sur l'emploi d'une marque de commerce par une société n'équivaut pas à l'exercice d'un contrôle sur les caractéristiques et la qualité des produits et services qu'elle offre. De plus, on ne sait pas avec certitude dans tous les cas lesquelles des licenciées font partie du Groupe Virgin et lesquelles n'en font pas partie.

[34] Compte tenu du peu de renseignements contenus dans l'affidavit de M^{me} Wisener, je ne suis pas disposée à conclure que l'Opposante exerce un contrôle direct ou indirect sur les

caractéristiques ou la qualité des produits et services qui sont offerts en liaison avec les Marques Virgin.

[35] Je reviendrai plus en détail sur l'incidence de cette conclusion dans mon analyse relative à la confusion ci-dessous.

iii. Noms de domaine et médias sociaux

[36] M^{me} Wisener affirme que l'Opposante est propriétaire de plus de 4 500 noms de domaine qui intègrent le Nom Virgin, dont *www.virgin.com*. Une liste énumérant certains de ces noms de domaine est jointe comme Pièce « D » à l'affidavit de M^{me} Wisener [affidavit de M^{me} Wisener, para. 16].

[37] Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin a commencé à exploiter le site Web *www.virgin.com* en juin 1996 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 17]. Ce site Web fournit des renseignements commerciaux généraux et des renseignements régionaux précis sur le Groupe Virgin, de même que des liens vers des pages Web et des sites Web précis pour la plupart des sociétés qui font partie du Groupe Virgin. Des spécimens d'imprimés de pages Web sélectionnées tirées du site *www.virgin.com* en 2007, qui seraient représentatifs de la manière dont le site Web était présenté dans les années précédentes et en 2012, sont joints comme Pièces « E1 » et « E2 ». On peut voir bon nombre des Marques Virgin dans les imprimés.

[38] Au paragraphe 21, M^{me} Wisener présente le nombre annuel de visiteurs sur le site *www.virgin.com* entre 2008 et septembre 2011. Le site a accueilli entre 4,8 millions et 9,6 millions de visiteurs de l'Union européenne chaque année et entre 2 millions et 11,9 millions de visiteurs de 24 pays sélectionnés de par le monde chaque année. Le nombre de visiteurs du Canada a été comparativement moindre, allant d'environ 131 000 en 2008 à 936 000 en 2010. Cependant, ces chiffres sont tout de même assez importants.

[39] En plus du site *www.virgin.com*, M^{me} Wisener explique qu'il existe de nombreux autres sites Web se rapportant au Groupe Virgin qui reçoivent ensemble des millions de visites du monde entier, notamment ceux qui sont enregistrés sous le nom de domaine canadien de premier niveau « .ca », tels que *www.virgin-altantic.ca*, *www.virgin.ca* et *www.virginmobile.ca*.

M^{me} Wisener fournit également une liste de sites Facebook et Twitter employés par le Groupe Virgin et Richard Branson pour rejoindre les consommateurs du monde entier [affidavit de M^{me} Wisener, para. 21]. La liste fait mention de « virginmobilecan » de même que de Virgin Radio à Vancouver, à Montréal et à Calgary. M^{me} Wisener ne fournit pas de répartition en ce qui concerne le nombre de visiteurs canadiens que chacun de ces sites accueille chaque année.

iv. Activités du Groupe Virgin

[40] Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin exerce des activités dans une vaste gamme de secteurs depuis les années 1970 et continue d'étendre ses activités à diverses sphères d'activité dans le monde entier.

a. Eau, vin, boissons, etc. – au Canada et à l'étranger

[41] Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin vend et/ou distribue des boissons de tiers dans les magasins de détail Virgin du monde entier, dont les magasins Virgin Megastore, par l'entremise des cafés Virgin Café (au Canada à un certain moment), les magasins Virgin (dans plusieurs aéroports canadiens) et à bord des vols internationaux Virgin [affidavit de M^{me} Wisener, para. 29].

[42] M^{me} Wisener affirme que le Groupe Virgin est également actif dans l'industrie des boissons. Virgin Cola Company Limited (maintenant appelée The Virgin Drinks Company Limited) a été lancée au Royaume-Uni en 1994 et elle distribue diverses boissons dans tous les pays du monde [affidavit de M^{me} Wisener, para. 30 et 179-187, Pièces « Z »-« AA »].

[43] M^{me} Wisener affirme que les boissons gazeuses Virgin étaient vendues activement au Canada jusqu'en 2001 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 182]. Cependant, aucun chiffre de vente n'est fourni pour le Canada et les enregistrements canadiens des marques de commerce de l'Opposante visant ses boissons ont été radiés en tout ou en partie pour défaut d'emploi il y a plusieurs années.

[44] Selon M^{me} Wisener, une gamme de vins offerts sous le nom Virgin Vines est distribuée au Canada. Les vins Virgin Vines ont été présentés au Salon des vins d'Ottawa en 2006, qui a accueilli plus de 26 000 consommateurs. Les vins Virgin Vines ont aussi été présentés au

Gourmet Wine & Food Show (salon des vins fins et de la gastronomie) de Toronto en 2006, qui a accueilli plus de 30 000 consommateurs [affidavit de M^{me} Wisener, para. 188-194, Pièce « BB »]. Il n'y a aucune information à propos de la période pendant laquelle les vins ont été offerts au Canada et aucun chiffre de vente n'a été fourni. De plus, aucune information n'est fournie relativement à la promotion pour une année quelconque autre que 2006, malgré le fait que l'affidavit de M^{me} Wisener n'a pas été souscrit avant 2012.

[45] Selon M^{me} Wisener, en 2012 (l'année même où la présente procédure d'opposition a été engagée et presque cinq ans après la date de production de la demande relative à la Marque), l'Opposante a étendu ses activités au secteur de la purification de l'eau domestique sous le nom Virgin Pure au Royaume-Uni et en Irlande, [TRADUCTION] « d'autres pays étant visés en vue d'une expansion à une étape ultérieure » [affidavit de M^{me} Wisener, para. 31 et 32, Pièce « F »]. Rien n'indique que les plans d'expansion de l'Opposante comprennent le Canada.

b. Voyages, tourisme, transports – au Canada et à l'étranger

[46] En 1984, le Groupe Virgin a lancé Virgin Atlantic, un service de transport aérien qui transporte plus de quatre millions de passagers chaque année du Royaume-Uni vers d'autres destinations, y compris le Canada. Les vols canadiens ont débuté en 2001, mais ont été interrompus peu de temps après jusqu'en 2012 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 35 et 36]. Des imprimés du site www.virgin-atlantic.com arborant les Marques Virgin à partir duquel les consommateurs canadiens seraient en mesure de réserver des vols de Virgin Atlantic vers différentes destinations, y compris Vancouver, sont joints comme Pièces « G » et « K » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Selon M^{me} Wisener, 40 000 clients devaient se déplacer de Londres à Vancouver en 2012 seulement [affidavit de M^{me} Wisener, para. 36].

[47] M^{me} Wisener affirme que les Marques Virgin ont été employées par Virgin Atlantic pour identifier le transporteur aérien et ses aéronefs et qu'on peut les voir sur des documents imprimés, sur les uniformes des agents de bord, aux comptoirs et aux bureaux d'enregistrement et sur des produits offerts à bord. Des exemples de catalogues présentés à bord des avions montrant divers articles arborant les Marques Virgin, des exemples de trousse de voyage qui sont distribuées aux clients et d'articles se rapportant à un produit pour les lèvres arborant les

marques signatures Virgin Atlantic et Virgin sont joints comme Pièces « H », « I » et « J » à l'affidavit de M^{me} Wisener.

[48] Un service de transport de marchandises Virgin Atlantic est également exploité au Canada. Des imprimés du site *www.cargo-virgin-atlantic.com* montrant l'adresse du bureau canadien sont joints comme Pièces « L » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucune information n'est fournie quant à savoir à quel point le service de transport de marchandises est employé par les consommateurs canadiens.

[49] En octobre 2004, le Groupe Virgin a conclu une entente relative à l'octroi d'une licence d'exploitation de la technologie en vue de concevoir les premiers engins spatiaux à financement privé au monde pour transporter des passagers commerciaux sur des vols dans l'espace, l'initiative Virgin Galactic, qui devait commencer à assurer des vols dans l'espace à partir du Nouveau-Mexique en 2013-2014 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 48]. Selon M^{me} Wisener, les Canadiens peuvent réserver des vols dans l'espace au *www.virgingalactic.com* [affidavit de M^{me} Wisener, para. 49]. Des copies d'articles provenant de sites Web de tiers, notamment Yahoo! Canada News, sont jointes comme Pièce « M » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucun renseignement concernant le nombre de Canadiens qui auraient accédé à ces articles n'est fourni.

[50] En 1985, Virgin Holidays a été créée pour offrir des voyages à forfait vers des destinations desservies par Virgin Atlantic, dont le Canada [affidavit de M^{me} Wisener, para. 51]. Des imprimés du site *www.virginholidays.com* présentant de l'information sur les destinations de voyage, dont des lieux canadiens, qui serait accessible aux consommateurs canadiens, sont joints comme Pièce « N » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucun renseignement concernant le nombre de Canadiens qui auraient accédé au site Web ou acheté des forfaits n'est fourni.

[51] Il existe aussi Virgin Holidays Cruises, qui se spécialise dans les voyages en croisières, et Virgin Limited Edition, qui est un portefeuille de centres de villégiature de luxe dans le monde entier [affidavit de M^{me} Wisener, para. 55-58]. M^{me} Wisener affirme que des Canadiens ont réservé des propriétés de Virgin Limited Edition et y ont séjourné au fil des années, 71 chambres/nuits ayant été vendues à des Canadiens entre 2004 et 2006 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 59-60]. Les services de Virgin Limited Edition seraient annoncés par

l'entremise de son site Web [affidavit de M^{me} Wisener, para. 61]. Aucun renseignement concernant le nombre de Canadiens qui auraient accédé au site Web n'est fourni.

[52] D'autres services de voyage et de transport régionaux offerts en liaison avec les Marques Virgin comprennent ce qui suit :

- (a) Virgin Vacations - offre aux clients américains de Virgin Atlantic des forfaits vacances internationaux;
- (b) Virgin Trains - exploite une franchise ferroviaire nationale au Royaume-Uni, et les Canadiens auraient la possibilité de faire des réservations;
- (c) Virgin America - exploite une ligne aérienne nationale aux États-Unis qui dessert aussi le Mexique;
- (d) Virgin Australia - exploite une ligne aérienne nationale en Australie qui offre aussi des vols vers des secteurs de la région du Pacifique de même que Montréal, Toronto, Ottawa et Vancouver;
- (e) Virgin Limobike - exploite un service de taxi-moto à Londres;
- (f) Virgin Balloons et Virgin Balloons Benelux - exploitent des dirigeables et des montgolfières au Royaume-Uni et au Benelux;
- (g) Virgin Express - a exploité une ligne aérienne à faible coût qui desservait des destinations dans toute l'Europe entre 1996 et 2007. Elle a depuis été renommée Brussel Airlines à la suite d'une fusion;
- (h) Virgin Charter - a exploité un moteur de recherche pour les voyages aériens privés de bout en bout aux États-Unis (n'est plus exploité);
- (i) Virgin Nigeria - a exploité une ligne aérienne établie au Nigeria qui desservait plusieurs destinations africaines. Elle a été renommée Air Nigeria;
- (j) Virgin Limousines - a exploité des services privés de location de limousines aux États-Unis. Les services ont été renommés à la suite d'une fusion. Cependant, le site Web *www.virginlimo.com* demeure actif, et les Canadiens seraient en mesure d'obtenir de l'information et de faire des réservations par l'entremise du site Web ou par téléphone.

[affidavit de M^{me} Wisener, para. 62-83]

c. *Médias, télécommunications et divertissement – au Canada et à l'étranger*

[53] Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin a lancé les services Internet Virgin Net (appelés par la suite Virgin Broadband) et les services de télécommunications Virgin Mobile au Royaume-Uni en 1996 et en 1999, respectivement. Des réseaux mobiles virtuels semblables ont été déployés dans d'autres pays entre 2000 et 2008, avec un chiffre d'affaires combiné mondial de 1,8 milliard de livres sterling en 2008 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 87-98]. Virgin Mobile Canada a été lancée en 2005 et elle appartient maintenant entièrement à Bell Mobility [affidavit de M^{me} Wisener, para. 91]. Elle comptait plus de 770 000 abonnés en 2008, avec un chiffre d'affaires estimé à 268 millions de dollars américains en 2009.

[54] M^{me} Wisener affirme que, depuis son lancement, Virgin Mobile Canada a vendu aux Canadiens une gamme de produits, dont des vêtements, des disques, des sonneries et des jeux [affidavit de M^{me} Wisener, para. 92]. Des spécimens représentatifs de bons de commande, de factures et de bordereaux de marchandises reliés à des articles qui arboreraient les Marques Virgin (comme des vêtements, des sacs, des carnets, des chaînes porte-clés, des préservatifs, de la musique et des vidéos), vendus par Virgin Mobile Canada à des Canadiens, sont joints comme Pièce « O ». Des imprimés du site *www.virginmobile.ca* montrant l'emploi et des échantillons de publicités des Marques Virgin en liaison avec des services de téléphonie mobile et la vente de sonneries au Canada sont joints comme Pièce « P ». Aucun renseignement concernant le nombre de Canadiens qui auraient accédé au site Web n'est fourni.

[55] En 1993, le Groupe Virgin a lancé la station de radio Virgin 1215 au Royaume-Uni. Celle-ci compte plus de 2 millions d'auditeurs chaque semaine [affidavit de M^{me} Wisener, para. 100]. M^{me} Wisener affirme que la station Virgin Radio est diffusée sur Internet et rendue accessible aux Canadiens à l'adresse *www.virginradio.com* [affidavit de M^{me} Wisener, para. 101]. Cependant, aucun renseignement concernant le nombre de Canadiens qui auraient accédé au site Web ou auraient écouté la diffusion sur Internet n'est fourni. Des données historiques et des articles sur la station Virgin Radio sont joints comme Pièce « R » à l'affidavit de M^{me} Wisener.

[56] De nombreuses stations de radio ont été lancées par le Groupe Virgin dans le monde entier entre 2001 et 2008 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 102 à 113]. En particulier, M^{me} Wisener explique que la station Virgin Radio Canada a été créée en partenariat avec Astral

Media en 2008 et que des stations de radio ont été lancées à Toronto, à Vancouver, à Ottawa et à Montréal entre 2008 et 2010 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 110]. Aucun renseignement sur l'auditoire canadien n'est fourni. Cependant, des copies d'articles publiés par le Toronto Sun, le Globe and Mail, le Financial Post, CBC News et autres médias en août 2008 à propos de la station de radio Virgin Radio de Toronto sont jointes comme Pièce « R » à l'affidavit de M^{me} Wisener.

[57] Les magasins Virgin Megastore et Virgin Books & Music ont été lancés en 1979 et en 2001, respectivement [affidavit de M^{me} Wisener, para. 118 et 170]. Le premier magasin Virgin Megastore été ouvert au Canada en 1996. M^{me} Wisener affirme que le magasin Virgin Megastore de Vancouver offrait une gamme complète d'équipements et d'instruments musicaux et vidéo, de même que de la musique, des vidéos, des films, des logiciels, des jeux informatisés et des marchandises connexes, dont des vêtements et des accessoires, et des publications imprimées. Il était également accompagné d'un café Virgin Café, qui servait de la nourriture et des boissons [affidavit de M^{me} Wisener, para. 120]. Le magasin de Vancouver est demeuré ouvert jusqu'en septembre 2005. Des photos de divers articles, dont des boîtiers de disque, des couvre-chefs et des vêtements arborant les Marques Virgin, qui seraient représentatifs des produits Virgin offerts en vente au Canada au magasin Virgin Megastore de Vancouver depuis 1999, de même qu'une photo du signe Virgin Café sont jointes comme Pièce « T » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucun chiffre de ventes n'est fourni pour le Canada.

[58] M^{me} Wisener affirme qu'il existe aussi 50 petits magasins Virgin qui sont situés dans les aéroports et les gares du monde entier, dont les magasins Virgin Books & Music des aéroports internationaux d'Ottawa, de Montréal, de Toronto, de Winnipeg, de Vancouver et de Calgary [affidavit de M^{me} Wisener, para. 125]. En plus de la musique et des livres, M^{me} Wisener affirme que les magasins vendent également des biens de consommation arborant les Marques Virgin. Des photos des magasins de Toronto, de Vancouver et de Montréal présentant les signes Virgin sont jointes comme Pièce « U » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucun chiffre de vente n'est fourni pour le Canada, et on ne sait pas clairement pendant combien de temps les magasins ont été exploités au Canada.

[59] Le magasin Virgin Records a été créé par Sir Richard Branson au Royaume-Uni en 1972. M^{me} Wisener affirme que des Canadiens ont acheté et continuent d'acheter des CD et des DVD vendus sous l'étiquette Virgin par l'entremise de distributeurs tiers au Canada [affidavit de M^{me} Wisener, para. 114-117]. Comme je l'ai déjà mentionné, des copies de disques et d'emballages arborant les Marques Virgin et des copies de reçus de vente d'un magasin HMV situé à Ottawa, en Ontario, sont jointes comme Pièce « S ». Aucun renseignement concernant le nombre d'unités vendues ou la valeur globale des ventes n'est fourni.

[60] En plus de mentionner brièvement une chaîne de télévision (Virgin 1) et un service de téléchargement de musique numérique (Virgin Digital) offerts aux consommateurs au Royaume-Uni, M^{me} Wisener fait aussi état de plusieurs festivals de musique tenus dans le monde entier par le Groupe Virgin depuis 1996 [affidavit de M^{me} Wisener, para. 127-136]. En particulier, des festivals Virgin Festival ont été tenus dans de nombreuses villes à travers le Canada de 2006 à 2009. Selon M^{me} Wisener, la participation aux festivals Virgin Festival tenus au Canada est passée de 30 000 participants en 2006 à plus de 155 000 en 2008. Des renseignements sur les festivals tenus au Royaume-Uni, de même qu'une publicité annonçant le festival Virgin Festival de 2008 tenu à Toronto et à Calgary, sont joints comme Pièce « V » à l'affidavit de M^{me} Wisener.

d. Loisirs et mode de vie – au Canada et à l'étranger

[61] Selon M^{me} Wisener, le Groupe Virgin a lancé le site Virgin Games en 2004. Virgin Games est un site Web qui offre aux joueurs du monde entier (dont les Canadiens) une sélection de jeux d'arcade, de casino et de loterie instantanée [affidavit de M^{me} Wisener, para. 165-169].

[62] En 2010, Virgin Gaming a été lancée dans le cadre d'un partenariat avec une autre entité dont le siège est situé à Toronto [affidavit de M^{me} Wisener, para. 212-213].

[63] En 1996, la société Virgin Clothing Company a lancé une gamme de vêtements de marque Virgin [affidavit de M^{me} Wisener, para. 198-201]. Bien qu'ils ne soient plus offerts, sauf en Italie, les produits ont déjà été vendus aux Canadiens à un certain moment.

[64] Selon M^{me} Wisener, les livres publiés par Virgin Books arborant les Marques Virgin sont distribués dans le monde entier, dont le Canada, en ligne et dans des magasins de détail comme

Chapters/Indigo [affidavit de M^{me} Wisener, para. 170-176]. Des copies d'extraits des catalogues Virgin et du site *www.virginbooks.com* sont jointes comme Pièce « X » à l'affidavit de M^{me} Wisener. Aucun chiffre de vente n'est fourni pour le Canada.

e. Activités à l'extérieur du Canada

[65] En plus des secteurs d'activité susmentionnés, le Groupe Virgin est également engagé dans plusieurs autres commerces et plusieurs autres entreprises, qui sont inactives ou qui semblent être principalement actives dans d'autres pays. Ces entreprises couvrent une gamme d'industries, notamment ce qui suit : les finances et les transferts de fonds (Virgin Money et Virgin Money Giving) [affidavit de M^{me} Wisener, para. 137 à 149]; la santé et le bien-être (Virgin Active, Virgin Life Care, Virgin Health Bank, Virgin Marathon et Virgin HealthMiles) [affidavit de M^{me} Wisener, para. 150 à 164, Pièce « W »]; les loisirs et le mode de vie (Virgin Comics, Virgin Brides, Virgin Cosmetics et Virgin Jewellery, Virgin Spa, Virgin Racing, Virgin Digital Help et Virgin Cinemas) [affidavit de M^{me} Wisener, para. 177, 178, 195-197, 198-211 et 214-217; Pièces « EE »-« HH »]; le social et l'environnement (Virgin Unite, Virgin Green Fund, Virgin Earth Challenge, Virgin Energy et autres initiatives se rapportant à l'environnement et à la responsabilité des entreprises et au développement durable) [affidavit de M^{me} Wisener, para. 218-245, Pièces « II »-« NN »]. M^{me} Wisener souligne que, dans le passé, l'Opposante a également octroyé des licences d'emploi des Marques Virgin à d'autres entités en liaison avec une gamme d'autres produits et services, dont la vente de voitures, la production et la distribution de jeux informatisés et l'exploitation de cinémas [affidavit de M^{me} Wisener, para. 246].

v. Chiffres de vente

[66] Les chiffres de vente à l'échelle mondiale pour les années 1995 à 2010 sont fournis au paragraphe 248 de l'affidavit de M^{me} Wisener. Les chiffres vont d'environ 512 millions de livres sterling en 1995 à près de 4 milliards de livres sterling en 2010 et ne comprennent pas les ventes des sociétés affiliées ou des licenciées [affidavit de M^{me} Wisener, para. 247-249]. Aucune répartition n'est faite pour le Canada, pas plus qu'une répartition n'est faite par industrie ou marque de commerce.

vi. Dépenses publicitaires

[67] M^{me} Wisener fournit une estimation des dépenses publicitaires engagées à l'échelle mondiale par le Groupe Virgin (à l'exception des Licenciées ne faisant pas partie du Groupe Virgin) pour les années 2001 à 2010. Celles-ci vont de 14 042 £ à 232 934 £ [affidavit de M^{me} Wisener, para. 250 à 251]. Aucun renseignement n'est donné en ce qui concerne la partie de ces dépenses se rapportant au Canada, et les dépenses ne sont pas réparties par industrie ou marque de commerce.

vii. Publicité et autres activités promotionnelles et réalisations

[68] Au paragraphe 252 de son affidavit, M^{me} Wisener affirme que les publicités relatives aux produits et aux services offerts en liaison avec les Marques Virgin ont été publiées dans les grands journaux, magazines et périodiques diffusés au Canada. Des exemples d'articles qui mentionnent les Marques Virgin sont joints comme Pièce « RR ». La majorité de ces articles se rapportent à Virgin Mobile et à Virgin Media.

[69] M^{me} Wisener estime qu'un article sur le Groupe Virgin est publié chaque jour au Royaume-Uni. Elle souligne que de nombreux journaux du Royaume-Uni sont accessibles sur Internet et sont vendus au Canada [affidavit de M^{me} Wisener, para. 253]. M^{me} Wisener n'indique pas la source de cette information, pas plus qu'elle ne fournit d'autres détails quant au nombre de Canadiens qui lisent réellement les publications imprimées ou en ligne du Royaume-Uni ou y sont abonnés.

[70] Aux paragraphes 255 à 269, M^{me} Wisener donne des détails se rapportant à certaines initiatives qui sont commanditées par les Licenciées de Virgin. La plupart de ces activités semblent avoir eu lieu à l'extérieur du Canada, à l'exception de la tournée The Monster Ball Tour de Lady Gaga (2010) et de la tournée de Katy Perry (2011), toutes deux ayant été commanditées par Virgin Mobile Canada [affidavit de M^{me} Wisener, para. 266-268, Pièce « TT »].

[71] Aux paragraphes 270-276 et dans les Pièces « UU » et « VV », M^{me} Wisener fournit des détails à propos de sondages menés au fil des années relativement à la marque Virgin. M^{me} Wisener affirme que la marque Virgin a constamment été classée parmi les dix marques les plus fructueuses, novatrices, admirées et respectées par les agences de sondages indépendantes

[affidavit de M^{me} Wisener, para. 270]. Aucun des sondages qui y sont mentionnés ne semble se rapporter au Canada.

[72] Au paragraphe 277, M^{me} Wisener mentionne plusieurs prix qui ont été remportés par différentes sociétés faisant partie du Groupe Virgin. Si la plupart des prix ont été décernés au Royaume-Uni, en Australie et aux États-Unis, Virgin Mobile (Canada) est désignée comme ayant remporté au moins un prix en 2006.

[73] Aux paragraphes 278 à 293, M^{me} Wisener fournit des détails concernant la notoriété et la reconnaissance publique du Groupe Virgin et de Sir Richard Branson, de même que les activités d'application de la loi de l'Opposante se rapportant à ses marques de commerce. La plus grande partie de ces renseignements se rapporte précisément à la notoriété du Groupe Virgin/Richard Branson à l'échelle internationale et certains renseignements reposent sur l'opinion personnelle et les points de vue de M^{me} Wisener.

[74] En résumé, bien qu'il soit long, l'affidavit de M^{me} Wisener en dit très peu sur les activités canadiennes de l'Opposante. L'affidavit de M^{me} Wisener (combiné à des parties de l'affidavit de Mme Masouras) donne à croire que certaines des Marques Virgin sont mieux connues ou plus célèbres au Canada que d'autres. En particulier, la preuve permet de conclure que les licenciées de l'Opposante sont plus actives ou mieux connues au Canada dans les secteurs des télécommunications, du divertissement, des voyages et des transports (par exemple, Virgin Mobile, Virgin Radio, Virgin Festival, Virgin Atlantic, magasins Virgin dans les aéroports, Virgin Galactic) et beaucoup moins dans d'autres secteurs, par exemple les vins (Virgin Wines/Virgin Vines – information sur des salons commerciaux tenus en 2006 seulement), les disques Virgin (peu de renseignements fournis), les magasins Virgin Megastore (maintenant fermés), les boissons Virgin (abandonnées en 2002), les livres (Virgin Books - peu de renseignements fournis), les jeux (Virgin Games – peu de renseignements fournis), les centres de villégiature de luxe (Virgin Limited Edition), les trains (Virgin Trains), etc. L'Opposante semble aussi prendre part à de nombreuses autres activités commerciales et entreprises à l'extérieur du Canada et que M^{me} Wisener ne désigne pas comme étant connues, offertes ou accessibles aux Canadiens (par exemple, Virgin Brides, Virgin Money, Virgin Life Care, Virgin Racing, Virgin Spa, Virgin Cinemas, etc.).

[75] Si M^{me} Wisener fournit des chiffres de ventes et de dépenses publicitaires, elle ne fournit aucune répartition pour le Canada, pas plus qu'elle ne présente de répartition par marque de commerce, industrie, produits ou services. De plus, la preuve relative aux sondages qui a été produite repose entièrement sur des données internationales, plutôt que canadiennes, et les prix qui sont mentionnés se rapportent aussi principalement à d'autres pays.

Affidavit de M^{me} Masouras

[76] M^{me} Masouras est une étudiante en droit à l'emploi de l'agent de l'Opposante [affidavit de M^{me} Masouras, para. 1]. Un avocat et agent de marques de commerce de la firme de M^{me} Masouras lui a demandé de repérer des articles et des nouvelles à propos de l'Opposante dans les magazines, les journaux, les périodiques, les médias d'information, etc. [affidavit de M^{me} Masouras, para. 2].

[77] La Requérente soutient que l'affidavit de M^{me} Masouras n'est admissible pour aucun des faits en litige compte tenu de sa provenance. La Requérente cite la décision *Cross-Canada Auto Body Shop Supply (Windsor) Ltd* à l'appui de ses observations [*Cross-Canada Auto Body Shop Supply (Windsor) Ltd c Hyundai Auto Canada* (2006), 53 CPR (4th) 286 CAF]. Dans cette décision, la Cour d'appel fédérale a clairement indiqué qu'il est malvenu pour un cabinet d'avocats de faire en sorte que ses employés agissent comme enquêteurs pour qu'ils fournissent ensuite un témoignage d'opinion sur les aspects les plus cruciaux de l'affaire.

[78] J'estime que la preuve de M^{me} Masouras n'est pas de nature litigieuse et je suis par conséquent disposée à la considérer. On a simplement demandé à M^{me} Masouras de visiter le site Web de la Bibliothèque publique d'Ottawa et de chercher des articles publiés en ligne et se rapportant à l'Opposante au moyen de 85 termes de recherche différents. Tous les termes de recherche employés sont énumérés par M^{me} Masouras dans son affidavit. Je ne les reproduirai pas tous ici, mais je soulignerai qu'ils comprennent des termes comme Richard Branson, Virgin Enterprises (entreprises Virgin), Virgin Group (Groupe Virgin), Virgin Records, Virgin Atlantic et Virgin Mobile [affidavit de M^{me} Masouras, para. 2].

[79] M^{me} Masouras affirme qu'elle a imprimé des copies de tous les articles qu'elle a repérés au moyen des 85 termes de recherche [affidavit de M^{me} Masouras, para. 2 et 3]. Les articles sont

énumérés au paragraphe 4 de son affidavit et les copies sont jointes à son affidavit comme Pièces « A1 » à « A72 ».

[80] Les Pièces « A1 » à « A72 » sont formées de 975 articles. Les articles couvrent un large éventail de dates remontant à aussi loin que 1989 et allant aussi loin que 2012. Les sources des articles comprennent plus de 200 publications. Des exemples de la source des articles comprennent ce qui suit : *The Ottawa Citizen*; *Grocer*; *PR Week (UK)*; *The Atlanta Journal*; *Edmonton Journal*; *Toronto Star*, *Newsweek*; *PR Newswire Europe*; *Forbes.com*; *International Business Times*; *PR Newswire*; *The Times*, *Marketing*; *National Post*; *StateWays*; *Revolution*; *The Windsor Star*; *Travel Weekly*; *Calgary Herald*; *The Globe and Mail*; *Business Traveller*; *The Vancouver Sun*; *AirFinance Journal*; *PR Newswire US*; *African Business*; *Asian Aviation*; et *Australian Banking and Finance*.

[81] La Requérante soutient qu'une question de oui-dire se pose avec cette preuve. Si cela est vrai et si les articles ne peuvent être invoqués pour établir la véracité de leur contenu, je suis disposée à admettre que leur existence peut être invoquée comme preuve d'une présence dans les médias.

[82] Ceci étant dit, cette preuve soulève d'autres questions. Bon nombre des 975 articles qui sont joints comme Pièces « A1 » à « A72 » à l'affidavit de M^{me} Masouras semblent provenir de sources internationales, plutôt que canadiennes. De plus, M^{me} Masouras n'a pas fourni de renseignements sur la diffusion au Canada des publications canadiennes ou internationales. Je peux prendre connaissance d'office de la diffusion nationale au Canada de certaines de ces publications, comme le *Globe & Mail* et le *National Post*, et de la diffusion régionale au Canada de divers autres journaux [*Milliken & Co c Keystone Industries (1970) Ltd*, (1986), 12 CPR (3d) 166 (COMC), p. 168-169; *Carling O'Keefe Breweries of Canada Ltd c Anheuser-Bush, Inc* (1985) 4 CPR (3d) 216, p. 224 (COMC); et *Whole Foods Market IP, LP c Salba Corp. N.A.* (2012) CPR (4th) 361 (COMC)]. Cependant, ceux-ci représentent un nombre relativement peu élevé des 975 articles qui sont joints à l'affidavit de M^{me} Masouras. L'Opposante mentionne certains de ces articles aux pages 12-15 de son plaidoyer écrit. Bon nombre d'entre eux se rapportent à Richard Branson et aux entreprises qui sont désignées dans l'affidavit de

M^{me} Wisener comme ayant une présence plus importante au Canada ou comme étant plus accessibles aux Canadiens (voir le para. 74 ci-dessus).

[83] Au paragraphe 5 de son affidavit, M^{me} Masouras affirme qu'on lui a demandé d'accéder aux sites Web *www.ctvnews.ca*, *www.cbc.ca*, *www.cnn.com*, *www.theglobeandmail.com* et *www.lapresse.ca* et de chercher des articles ou des nouvelles se rapportant à l'Opposante au moyen des moteurs de recherche disponibles sur ces sites et des mots-clés « Richard Branson Virgin ». Les résultats de ces recherches sont joints comme Pièces « B » à « F » à l'affidavit de M^{me} Masouras. Bon nombre des articles se rapportent aux exploits personnels et professionnels de Richard Branson, mais certains mentionnent également les divers secteurs d'activités du Groupe Virgin, comme Virgin Galactic, Virgin Mobile, Virgin Music Festival, Virgin Atlantic, etc. Les résultats présentent le titre de l'article ou de la séquence d'actualités et comprennent la date et un bref résumé ou abrégé de l'article ou le sujet et le contenu de la séquence d'actualités filmée, selon le cas. Dans les cas où il n'était pas fait mention de Richard Branson ou de Virgin dans le résumé de l'article ou de la séquence d'actualités, M^{me} Masouras a accédé à l'article ou à la séquence d'actualités en cliquant sur le lien fourni et a confirmé que l'article ou la séquence d'actualités mentionnait effectivement Richard Branson et/ou Virgin.

[84] Dans la Pièce « B » (résultats provenant du site Web *www.ctvnews.ca*), la Pièce « D » (résultats provenant du site Web *www.theglobeandmail.com*) et la Pièce « E » (résultats provenant du site Web *www.cnn.com*), M^{me} Masouras a également présenté des renseignements tirés de la page de type [TRADUCTION] « À propos de nous » de chaque site Web dans le but d'établir qu'ils ont beaucoup de lecteurs/télespectateurs au Canada [affidavit de M^{me} Masouras, para. 6, 8 et 9]. En ce qui concerne la Pièce « C » (résultats provenant du site Web *cbc.ca*), M^{me} Masouras affirme simplement qu'elle croit savoir que CBC/Radio-Canada est le radiodiffuseur public national du Canada [affidavit de M^{me} Masouras, para. 7]. Quant à la Pièce « F » (résultats provenant du site Web *www.lapresse.ca*), M^{me} Masouras affirme simplement qu'elle croit comprendre de l'avocat et agent de marques de commerce qui lui a demandé de mener ses recherches que le journal *La Presse* est un des principaux journaux de la province du Québec [affidavit de M^{me} Masouras, para. 10].

[85] Pour les mêmes motifs que ceux exposés précédemment en lien avec les articles repérés par M^{me} Masouras au cours de ses recherches sur le site de la bibliothèque publique, je ne suis pas disposée à considérer les Pièces « B » à « F » comme une preuve de la véracité de leur contenu. Cependant, je les admetts comme preuve d'une présence générale dans les médias au Canada.

[86] Une copie d'un article de Wikipédia intitulé « The Rebel Billionaire: Branson's Quest for the Best » (le milliardaire rebel : la quête de Richard Branson pour le meilleur) est jointe comme Pièce « G » à l'affidavit de M^{me} Masouras. Encore une fois, je ne peux considérer cet article comme une preuve de la véracité de son contenu, mais son existence démontre une certaine présence sur Internet.

[87] En résumé, j'estime que l'affidavit de M^{me} Masouras démontre également une présence dans les médias au Canada, surtout en lien avec Richard Branson lui-même et les entreprises qui ont été désignées dans l'affidavit de M^{me} Wisener comme étant plus actives au Canada ou comme étant plus accessibles aux Canadiens ou mieux connues des Canadiens. Si M^{me} Masouras avait fourni une certaine confirmation relativement à la diffusion au Canada d'un grand nombre des publications mentionnées dans la Pièce « A » et plus de détails concernant le nombre de lecteurs/télespectateurs des articles et des séquences joints comme Pièce « B » à « F », cela aurait pu permettre à l'Opposante de démontrer une présence plus importante dans les médias ou une présence dans les médias qui se rapporte à davantage d'entreprises de l'Opposante.

Preuve de la Requérente

Affidavit de M. Kimel et transcription du contre-interrogatoire

[88] M. Kimel est le président de la Requérente, et il occupe ce poste depuis 1991. La Requérente se spécialise dans les systèmes de filtration/refroidisseurs d'eau sans bouteille, et ce, depuis 1991 [affidavit de M. Kimel, para. 1 et 2]. La Requérente exerce ses activités dans le secteur commercial et le secteur industriel [affidavit de M. Kimel, para. 3].

[89] Selon M. Kimel, il a choisi la marque de commerce VIRGIN WATER parce qu'il était d'avis qu'elle évoquait une eau qui était propre et pure. Il affirme que, à l'époque où il songeait au

nom, il ne le reliait d'aucune façon au Groupe Virgin ou à ses marques de commerce [affidavit de M. Kimel, para. 5]. Au paragraphe 6 de son affidavit, M. Kimel affirme qu'il avait connaissance des sociétés Virgin à l'époque et en particulier du fait qu'elles étaient engagées dans la musique et dans une compagnie aérienne, mais qu'il ne les reliait pas à ses refroidisseurs d'eau et systèmes de filtration d'eau de bureau et aux services s'y rattachant.

[90] Aux paragraphes 14 à 18 de son affidavit, M. Kimel affirme qu'un avocat l'a informé que trois des Marques Virgin de l'Opposante avaient été citées à l'encontre de la demande relative à la Marque au cours de l'instruction de la demande, comme elles étaient enregistrées pour emploi en liaison avec des [TRADUCTION] « boissons gazeuses » et des « jus de fruit », entre autres choses. M. Kimel affirme que, comme il n'avait pas connaissance de l'emploi de ces marques de commerce au Canada, il a demandé à son avocat d'entreprendre la procédure prévue à l'article 45 pour que ces enregistrements soient radiés. M. Kimel affirme que deux des trois enregistrements qui étaient liés au commerce des boissons gazeuses ont été entièrement radiés et que le troisième a été maintenu à l'égard de produits non reliés à des boissons uniquement. Au paragraphe 17 de son affidavit, M. Kimel affirme que des copies des décisions qui ont été rendues au nom du registraire des marques de commerce en lien avec ces procédures prévues à l'article 45 sont jointes comme Pièces « B » et « C » à son affidavit. Il semble qu'il y ait en réalité eu quatre marques de commerce, les enregistrements n^{os} LMC553,902, LMC553,903 et LMC573,241, qui ont été entièrement radiés et l'enregistrement n^o LMC509,209 qui a été maintenu à l'égard de produits non reliés à des boissons uniquement.

[91] L'Opposante soutient que l'affidavit de M. Kimel est sensiblement incorrect à plusieurs endroits. Par exemple, l'Opposante souligne que, bien que M. Kimel affirme aux paragraphes 2 et 3 de son affidavit que la Requérante exerce ses activités dans le secteur commercial et le secteur industriel, M. Kimel a admis en contre-interrogatoire que la Requérante loue ou vend en réalité des systèmes d'eau à des consommateurs individuels [transcription de M. Kimel, Q. 15-17 et 45]. De plus, M. Kimel a affirmé dans son affidavit qu'il avait seulement découvert VEL et ses Marques Virgin visant des boissons gazeuses au cours de l'instruction de la demande relative à la Marque. Cependant, en contre-interrogatoire, il a été établi que la procédure prévue à l'article 45 engagée à l'encontre de l'une des Marques Virgin visant des boissons gazeuses a en réalité été entreprise avant la production de la demande relative à la Marque [transcription de M. Kimel,

Q. 340-345]. S'il est vrai que l'affidavit de M. Kimel comporte certaines incohérences, j'estime qu'aucun de ces points n'est un élément déterminant.

Preuve en réponse

Affidavit de M^{me} Tibbo Witt

[92] L'affidavit de M^{me} Tibbo Witt se compose d'une copie certifiée de la demande relative à la Marque (Pièce « A ») et d'une copie certifiée de l'avis prévu à l'article 45 daté du 19 juillet 2006 qui a été émis à l'encontre de l'enregistrement n° LMC509,209 (Pièce « B »). Cette preuve semble avoir été produite dans le seul but de démontrer les incohérences mentionnées précédemment dans l'affidavit de M. Kimel.

Analyse des motifs d'opposition

Non-conformité – article 30e)

[93] L'Opposante allègue que la demande n'est pas conforme aux exigences de l'article 30e) de la Loi du fait que la Requérante n'a pas l'intention d'employer la Marque au Canada en liaison avec les produits et services énoncés dans la demande.

[94] La demande renferme une déclaration portant que la Requérante a l'intention d'employer la Marque au Canada elle-même ou par l'entremise d'un licencié; par conséquent, elle est formellement conforme à l'article 30e) de la Loi. L'Opposante n'a produit aucune preuve dénotant l'absence d'intention d'employer la Marque de la part de la Requérante et son plaidoyer écrit est dépourvu de toute observation sur ce point.

[95] À l'audience, l'Opposante a tenté d'invoquer l'affidavit de M. Kimel à l'appui de ce motif d'opposition. En particulier, l'Opposante a souligné que, bien que M. Kimel fournisse des renseignements quant à la manière dont la Requérante projette d'employer la Marque en liaison avec certains des produits et services (dont des [TRADUCTION] « services de café »), il n'a rien mentionné à propos du [TRADUCTION] « café » en tant que tel [affidavit de M. Kimel, para. 9]. J'estime que le fait que M. Kimel n'a fourni aucun renseignement à propos de la manière dont la Requérante a l'intention d'employer la Marque en liaison avec ces produits en particulier ne

constitue pas une preuve que la Requérente a fait une fausse déclaration dans sa demande pour répondre aux exigences de l'article 30e) de la Loi.

[96] Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté, parce que l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait.

Non-conformité – article 30i)

[97] L'Opposante allègue que la demande relative à la Marque n'est pas conforme aux dispositions de l'article 30i) de la Loi, parce que la Requérente ne pouvait pas être convaincue d'avoir droit d'employer la Marque, compte tenu de l'emploi antérieur à grande échelle d'une famille de marques de commerce de l'Opposante formées du nom VIRGIN, dont la Requérente aurait dû avoir connaissance.

[98] L'article 30i) de la Loi exige simplement que tout requérant se déclare convaincu d'avoir droit à l'enregistrement de sa marque dans sa demande. Lorsqu'un requérant a fourni la déclaration exigée, un motif d'opposition fondé sur l'article 30i) ne devrait être accueilli que dans des cas exceptionnels, comme lorsqu'il existe une preuve que le requérant est de mauvaise foi [voir *Sapodilla Co Ltd c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC), p. 155]. La simple connaissance de l'existence des marques de commerce d'un opposant n'étaye pas en soi une allégation que le requérant ne pouvait pas être convaincu de son droit à l'emploi d'une marque [Woot, Inc c WootRestaurants Inc Les Restaurants Woot Inc 2012, COMC 197 (CanLII)]. La Requérente a produit la déclaration requise, et l'Opposante n'a pas démontré qu'il s'agissait d'une situation exceptionnelle. Par conséquent, ce motif d'opposition est également rejeté du fait que l'Opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui lui incombait.

Non-enregistrabilité – article 12(1)d)

[99] L'Opposante allègue que la Marque n'est pas enregistrable, car elle crée de la confusion avec ses marques de commerce déposées qui constituent ou qui intègrent le terme VIRGIN (vierge). L'Annexe « B » de la déclaration d'opposition renferme les détails reliés aux Marques Virgin que l'Opposante invoque à l'appui de son motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d). Ces marques de commerce sont présentées à l'Annexe « A » ci-jointe.

[100] Un opposant s'acquitte du fardeau initial qui lui incombe à l'égard d'un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d si les enregistrements qu'il invoque sont en règle à la date de la décision relative à l'opposition. Le registraire a le pouvoir discrétionnaire de consulter le registre afin de confirmer l'existence des enregistrements invoqués par un opposant [voir *Quaker Oats Co. of Canada/Cie Quaker Oats du Canada c Menu Foods Ltd* (1986), 11 CPR (3d) 410 (COMC)]. J'ai exercé ce pouvoir discrétionnaire et je confirme que tous les enregistrements relatifs aux Marques Virgin de l'Opposante sont en vigueur. L'Opposante s'est donc acquittée du fardeau de preuve initial qui lui incombait. Par conséquent, je dois maintenant déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité de confusion entre la Marque et l'une ou l'autre des marques de commerce de l'Opposante.

[101] Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. L'article 6(2) de la Loi porte que l'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques de commerce dans la même région serait susceptible de faire conclure que les produits liés à ces marques de commerce sont fabriqués, vendus, donnés à bail ou loués, ou que les services liés à ces marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces produits ou ces services soient ou non de la même catégorie générale.

[102] Lorsqu'il applique le test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles expressément énoncées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir : a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; b) la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Le poids qu'il convient d'accorder à chacun de ces facteurs n'est pas nécessairement le même [*Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc* (2011), 92 CPR (4th) 361 (CSC)].

Article 6(5)a) – le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues

[103] Bien que les marques de commerce des deux parties soient formées en tout ou en partie du mot VIRGIN (vierge), qui est un mot du dictionnaire d'usage courant, elles possèdent toutes deux un certain caractère distinctif inhérent. Cependant, j'estime que la Marque possède un caractère distinctif inhérent moins marqué que les marques de commerce de l'Opposante, comme le mot VIRGIN évoque un certain sens dans le contexte de certains des produits de la Requérante. Comme je l'ai déjà indiqué, M. Kimel a affirmé dans son affidavit qu'il a expressément choisi la Marque parce qu'il était d'avis qu'elle évoquait une eau qui est [TRADUCTION] « propre et pure » [affidavit de M. Kimel, para. 5].

[104] En ce qui concerne la mesure dans laquelle les marques de commerce des parties sont devenues connues, je souligne que la demande relative à la Marque est fondée sur un emploi projeté, et M. Kimel a confirmé dans son affidavit que, à la date à laquelle celui-ci a été souscrit, la Requérante n'avait pas encore commencé à employer la Marque.

[105] Dans l'ensemble, la preuve produite dans les affidavits de M^{me} Wisener et de M^{me} Masouras est suffisante pour me permettre de conclure qu'au moins certaines des Marques Virgin de l'Opposante sont devenues assez bien connues ou célèbres au Canada, compte tenu d'une présence dans les médias et/ou de l'emploi au Canada. J'examinerai cette question, de même que les allégations de l'Opposante selon lesquelles elle est célèbre et reconnue pour sa diversification, plus en détail ci-dessous, comme une circonstance de l'espèce distincte.

[106] Je me contenterai de dire que le facteur énoncé à l'article 6(5)a), qui concerne à la fois le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues, favorise clairement l'Opposante.

Article 6(5)b) – la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage

[107] La demande relative à la Marque est fondée sur un emploi projeté et la Requérante n'a produit aucune preuve d'emploi. L'Opposante a établi l'emploi d'au moins certaines de ses Marques Virgin au Canada. Cependant, il n'apparaît pas clairement dans tous les cas que ces marques ont été employées en conformité avec l'article 50 de la Loi et, en conséquence, on ne sait pas clairement si cet emploi aurait profité à l'Opposante.

Articles 6(5)c) et d) – le genre de produits, services ou entreprises; la nature du commerce

[108] S'agissant des facteurs énoncés aux articles 6(5)c) et 6(5)d) de la Loi, l'appréciation de la probabilité de confusion aux termes de l'article 12(1)d) de la Loi repose sur la comparaison de l'état déclaratif des services qui figure dans la demande relative à la Marque avec l'état déclaratif des produits et services qui figure dans les enregistrements de l'Opposante [voir *Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF) et *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd* (1987), 19 CPR (3d) 3 (CAF)]. L'examen de ces états déclaratifs doit, toutefois, être effectué dans l'optique de déterminer le genre probable d'entreprise ou de commerce envisagé par les parties, et non tous les types de commerces susceptibles d'être visés par le libellé, et la preuve relative aux commerces réels des parties est parfois utile [*McDonald's Corp c Coffee Hut Stores Ltd* (1996), 1996 CanLII 3963 (CAF), 68 CPR (3d) 168 (CAF); *Procter & Gamble Inc c Hunter Packaging Ltd*, (1999), 2 CPR (4th) 266 (COMC); et *American Optical Corp c Alcon Pharmaceuticals Ltd*, (2000), 5 CPR (4th) 110 (COMC)].

[109] L'état déclaratif des produits figurant dans la demande relative à la Marque vise des [TRADUCTION] « refroidisseurs d'eau, systèmes de filtration d'eau et café » et l'état déclaratif des services vise des [TRADUCTION] « services de location, crédit-bail et vente de systèmes de filtration d'eau et de refroidisseurs d'eau ».

[110] L'état déclaratif des produits et des services des enregistrements de l'Opposante est reproduit à l'Annexe « A » ci-jointe. Il n'y a pas de recoupement clair entre les produits et les services respectifs des parties.

[111] Dans son plaidoyer écrit (à la page 2), l'Opposante a mis en évidence ses enregistrements visant des [TRADUCTION] « vins, alcool de bouche et eau-de-vie distillée » (n^{os} LMC524,506 et LMC524,590), probablement parce qu'elle était d'avis que la nature de ces produits se rapproche le plus de celle des produits et services de la Requérante. Cependant, outre le fait que les [TRADUCTION] « vins » et l'« eau-de-vie distillée » sont des boissons et que le [TRADUCTION] « café » de la Requérante est aussi une boisson et que ses [TRADUCTION] « refroidisseurs d'eau », « systèmes de filtration d'eau » et services connexes se rapportent à l'eau (également une boisson), il n'y a absolument aucun lien entre les produits et services des parties.

J'estime que les industries des vins et des spiritueux sont complètement différentes du commerce de la filtration de l'eau ou du commerce du café, tous deux étant de nature non alcoolisée.

[112] L'Opposante a également fait remarquer qu'elle a employé les Marques Virgin en liaison avec des [TRADUCTION] « boissons gazeuses » au Canada jusqu'en 2001 et qu'elle continue à le faire dans d'autres pays à ce jour [affidavit de M^{me} Wisener, para. 30 et 179 à 187]. Bien que ce puisse très bien être le cas, de tels produits ne sont plus visés par aucun des enregistrements canadiens de l'Opposante, et son emploi de ses Marques Virgin dans d'autres pays est non pertinent s'il n'existe pas de preuve que celles-ci sont devenues connues au Canada en liaison avec ces produits.

[113] L'Opposante a également attiré mon attention sur le fait qu'un de ses enregistrements (n° LMC509,209) vise aussi des [TRADUCTION] « services de restaurant, de café et de cafétéria », probablement parce que des boissons sont généralement servies dans de tels lieux. J'estime que l'exploitation d'un restaurant, d'un café ou d'une cafétéria est complètement différente de l'exploitation d'une entreprise qui loue, donne à bail et vend des systèmes de filtration d'eau et des refroidisseurs d'eau. Cependant, j'estime qu'il y a un lien lointain entre le [TRADUCTION] « café » de la Requérante et les [TRADUCTION] « services de restaurant, de café et de cafétéria » de l'Opposante, dans la mesure où ce genre de lieux pourrait offrir une telle boisson.

[114] L'Opposante souligne également qu'en 2012, elle a étendu ses activités au commerce de la purification de l'eau, sous le nom Virgin Pure, au Royaume-Uni et en Irlande [affidavit de M^{me} Wisener, para. 31-33]. Cependant, aucune mention n'est faite de l'intention de l'Opposante d'étendre de la même façon ses activités au Canada, pas plus qu'il n'existe de preuve donnant à penser que les Canadiens seraient même au courant de l'expansion des activités de l'Opposante au commerce de la purification de l'eau à l'étranger.

[115] Pour conclure, à l'exception peut-être d'un lien lointain entre le [TRADUCTION] « café » de la Requérante et les [TRADUCTION] « services de restaurant, de café et de cafétéria » de l'Opposante (dont je souligne, en passant, qu'il n'est fait très peu ou pas du tout mention dans la preuve), il semble y avoir des différences significatives entre les produits/services/entreprises des parties au Canada et probablement également entre leurs voies de commercialisation respectives.

Article 6(5)e) – le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent

[116] La Marque est formée des mots VIRGIN (vierge) et WATER (eau), tandis que les marques de commerce de l'Opposante sont formées du mot VIRGIN (sous forme nominale ou figurative) en lui-même ou combiné à d'autres mots ou éléments graphiques. Si les marques de commerce des parties ne sont pas identiques, la Requérante intègre à la Marque la totalité de bon nombre des marques de commerce de l'Opposante (c.-à-d. les marques nominales VIRGIN). De plus, la Marque présente une structure semblable à certaines des autres marques de commerce de l'Opposante (c.-à-d. le mot VIRGIN suivi d'un descripteur). Au moins certaines des marques de commerce des parties se ressemblent en conséquence dans une mesure significative.

Circonstances de l'espèce

Célébrité et diversification de l'Opposante

[117] L'Opposante soutient que sa présence dans l'industrie des boissons au Canada à un certain moment et à l'heure actuelle à l'étranger de même que l'expansion de ses activités au commerce de la purification de l'eau domestique (au Royaume-Uni et en Irlande à ce jour) montrent hors de tout doute qu'il relève de la zone d'expansion naturelle de l'Opposante de viser le genre de produits et de services en liaison avec lesquels la Requérante projette d'employer sa Marque. L'Opposante fait valoir que même si elle n'offre pas des produits et des services de même nature que ceux de la Requérante, la vaste diversité des produits et des services en liaison avec lesquels les Marques Virgin sont employées, annoncées et sont devenues bien connues ou célèbres au Canada et dans le monde entier au fil des années justifie que la demande relative à la Marque de la Requérante soit repoussée.

[118] Dans son plaidoyer écrit et à l'audience, la Requérante a critiqué la preuve de l'Opposante, soulignant qu'elle a fourni une pile de près de six pieds d'éléments de preuve et que très peu de ces éléments de preuve se rapportent à l'emploi des Marques Virgin de l'Opposante au Canada. Si je n'ai pas pris la peine de mesurer physiquement la preuve de l'Opposante de la même façon que l'a fait la Requérante, je conviens que l'essentiel de la preuve se rapporte aux activités internationales de l'Opposante. Ceci étant dit, dans la mesure où les Canadiens sont au

courant des activités internationales de l'Opposante en raison de la couverture médiatique ou peut-être de voyages, une telle preuve est pertinente (par exemple, la preuve laisse croire que Virgin Galactic a fait l'objet d'une couverture médiatique passablement importante au Canada).

[119] La Requérante soutient également que si les Marques Virgin de l'Opposante ont une présence dans les médias, cette présence n'est pas universelle, et il n'existe aucune preuve que le consommateur canadien moyen connaîtrait la marque Virgin pour autre chose que la radio et les téléphones mobiles au Canada. Je ne suis pas entièrement d'accord avec l'évaluation que fait la Requérante de la preuve.

[120] Il ne fait aucun doute que la preuve de l'Opposante ne renferme pas beaucoup de contenu canadien. Cependant, j'estime qu'elle établit que l'Opposante a été suffisamment active ou a profité d'une présence suffisante dans les médias au Canada dans les secteurs des télécommunications, du divertissement, des voyages et des transports (Virgin Mobile, Virgin Radio, Virgin Festival, Virgin Atlantic, magasins Virgin dans les aéroports, Virgin Galactic) de telle sorte que les Marques Virgin qui sont liées aux produits et services de ces entreprises sont devenues célèbres ou connues dans une mesure significative au Canada. La preuve donne à penser que certaines des autres Marques Virgin sont beaucoup moins bien connues au Canada et que certaines ne sont peut-être pas connues du tout des Canadiens. De plus, la preuve n'est pas concluante en ce qui concerne certaines des Marques Virgin.

[121] Si M^{me} Wisener a fourni des chiffres de ventes et de dépenses publicitaires, elle n'a pas fourni de répartition pour le Canada, pas plus qu'elle n'a indiqué à quels commerce, produit ou service une partie de ces chiffres se rapportent. En l'absence de ces renseignements et compte tenu du manque de détails concernant la diffusion et le nombre de lecteurs et de téléspectateurs au Canada dans l'affidavit de M^{me} Masouras, il est difficile de tirer des conclusions valables en ce qui concerne la mesure dans laquelle bon nombre des Marques Virgin sont bien connues au Canada.

[122] Les produits et services liés aux Marques Virgin se rapportant aux secteurs d'activité décrits au paragraphe 120 sont de natures diverses. Cependant, ils sont en nombre quelque peu limité, et si la preuve donne à penser que les Canadiens pourraient avoir une certaine connaissance de la diversification de l'Opposante dans d'autres pays, j'estime qu'elle est loin

d'établir que les consommateurs canadiens percevraient que l'Opposante est autant diversifiée au Canada.

[123] La question de savoir qui emploie les Marques Virgin au Canada et si ces entités détiennent une licence appropriée de sorte que l'emploi serait attribué à l'Opposante se pose également. Cette question est particulièrement préoccupante pour les entreprises comme Virgin Mobile Canada qui, aux dires de M^{me} Wisener, appartient maintenant entièrement à Bell Mobility (une entité non décrite comme faisant partie du Groupe Virgin), qui emploie les Marques Virgin aux termes d'une licence accordée par VEL. On ne voit guère comment VEL pourrait maintenir un contrôle direct ou indirect sur les caractéristiques ou la qualité des produits et services qui sont offerts en liaison avec les Marques Virgin par des entités externes ou sans aucun lien avec elle comme Bell Mobility, et M^{me} Wisener n'a même pas fait de déclaration sous serment attestant que VEL exerce un tel contrôle.

[124] Sans indication claire qu'il existe des licences adéquates, il est difficile de savoir si les consommateurs canadiens reconnaîtraient tous les produits et services offerts par les diverses licenciées comme étant liés à l'Opposante ou certains d'entre eux seulement. Au paragraphe 81 de la décision rendue dans l'affaire *Mattel*, la Cour suprême s'est exprimée sur le fait qu'un emploi abusif par le propriétaire d'une marque de commerce peut à lui seul détruire le caractère distinctif de la marque et que l'octroi de licences en trop grand nombre et de manière imprudente peut aggraver son problème. Si je ne prétends pas que cela s'est peut-être produit en l'espèce, ce commentaire permet de souligner encore plus l'importance de l'octroi judicieux de licences.

[125] La Cour suprême a indiqué dans *Masterpiece* que la preuve par sondage doit être utilisée avec circonspection dans les affaires de confusion. Cependant, compte tenu des lacunes susmentionnées dans la preuve en l'espèce, l'Opposante pourrait avoir fort bien eu avantage à produire une telle preuve. Bien que non concluant quant à l'existence d'une probabilité de confusion et non nécessaire dans bien des cas, un sondage mené précisément auprès des consommateurs canadiens aurait en l'espèce bien pu faire avantageusement la lumière sur la perception qu'a le public canadien de l'Opposante et sur sa perception de l'étendue ou de la portée de ses activités commerciales au Canada.

La famille de Marques Virgin de l'Opposante

[126] L'Opposante a fait allusion au fait qu'elle possède une [TRADUCTION] « famille » de marques de commerce déposées dans son plaidoyer écrit de même qu'à l'audience. À l'audience, la Requérante a contesté la caractérisation qu'a donnée l'Opposante de ses marques de commerce déposées comme constituant ce qu'on appelle communément une « famille », parce que la plus grande partie des enregistrements se rapportent à des marques formées du mot VIRGIN sous une forme nominale ou figurative et visent simplement des produits et services différents. La Requérante semblait être d'avis qu'on estime généralement qu'une « famille » se rapporte à plusieurs marques de commerce formées d'un élément commun en plus d'autres éléments, plutôt qu'à plusieurs marques de commerce formées du même élément et visant des produits ou des services différents. Outre cette question, il est bien établi qu'un opposant qui invoque l'existence d'une famille de marques de commerce doit démontrer que les marques qui composent cette famille sont employées sur le marché [voir *Mcdonald's Corp c Yogi Yogurt* (1982), 66 CPR (3d) 101 (CF 1^{re} inst)]. Si l'Opposante a produit une preuve se rapportant à la notoriété, elle n'a pas produit de preuve concrète d'emploi au sens de l'article 4 de la Loi pour la grande majorité de ses Marques Virgin.

Conclusion relative à la probabilité de confusion entre les marques de commerce des parties

[127] Après examen de l'ensemble des circonstances de l'espèce, je conclus qu'il n'y a pas de probabilité raisonnable de confusion entre les marques de commerce en cause. En tirant cette conclusion, je reconnais que les marques des parties sont très semblables et que, dans la plupart des cas, le degré de ressemblance entre les marques de commerce est le facteur le plus important dans l'examen de la question de la confusion [voir *Beverley Bedding & Upholstery Co c Regal Bedding & Upholstery Ltd* (1980), 47 CPR (2d) 145 (CF 1^{re} inst), p. 149, confirmée par 60 CPR (2d) 70 et *Masterpiece, précité*]. J'admets aussi que Richard Branson est célèbre et que certaines des Marques Virgin de l'Opposante sont devenues bien connues ou célèbres au Canada par la promotion et l'emploi ou du fait d'une présence dans les médias. Je reconnais également qu'aucune preuve n'établit que la Marque a été employée ou a acquis une certaine notoriété au Canada. Cependant, je ne suis pas en mesure de conclure que l'Opposante est suffisamment diversifiée au Canada ou que le consommateur canadien moyen aurait une connaissance suffisante de la diversification de l'Opposante dans d'autres pays de telle sorte que, voyant la Marque dans le contexte des produits et services de la Requérante, il ou elle serait susceptible de

conclure que ces produits et services proviennent de l'Opposante ou sont liés d'une quelconque manière à l'Opposante.

[128] L'Opposante a souligné à juste titre qu'il est possible que la confusion soit probable même lorsque les produits et services des parties n'appartiennent pas à la même catégorie générale [article 6(2)]. Cependant, tel qu'énoncé dans *Mattel* au paragraphe 71, [TRADUCTION] « compte tenu du rôle et de la fonction des marques de commerce, [une différence entre les produits et services sera] en général [...] une considération importante ». J'estime que la disparité entre les produits et services des parties, conjuguée aux légères différences entre les marques de commerce, est suffisante pour permettre à la Requérante de s'acquitter de son fardeau de preuve. Les consommateurs éventuels ne concluront vraisemblablement *pas* que les produits et services liés à la Marque proviennent de la même source ou sont liés d'une quelconque manière à la même source que ceux qui sont liés aux Marques Virgin.

[129] Pour les raisons qui précèdent, le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)*d*) est rejeté.

Absence de droit à l'enregistrement – articles 16(3)a)-c)

[130] L'Opposante fait valoir que la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque compte tenu des dispositions des articles 16(3)*a*)-16(3)*c*) de la Loi, parce qu'à la date de production de la demande de la Requérante, la Marque créait de la confusion avec : i) une ou plusieurs des Marques Virgin de l'Opposante mentionnées à l'Annexe « A » de la déclaration d'opposition, qui ont été employées ou révélées antérieurement au Canada par l'Opposante; ii) une ou plusieurs des Marques Virgin de l'Opposante mentionnées à l'Annexe « A » de la déclaration d'opposition, pour lesquelles des demandes d'enregistrement avaient été produites antérieurement au Canada par l'Opposante; et iii) diverses marques de commerce formées du terme VIRGIN (vierge), qui avaient été employées antérieurement au Canada par l'Opposante.

[131] Pour s'acquitter de son fardeau de preuve initial à l'égard des motifs d'opposition fondés sur les articles 16(3)*a*) et 16(3)*c*), un opposant doit démontrer que sa ou ses marques de commerce et son ou ses noms commerciaux avaient été employés antérieurement au Canada à la date de production de la demande du requérant et qu'ils n'avaient pas été abandonnés à la date de

l'annonce de la demande du requérant [article 16(5) de la Loi]. Pour s'acquitter de son fardeau de preuve initial à l'égard du motif d'opposition fondé sur l'article 16(3)*b*), un opposant doit démontrer qu'au moins une de ses demandes d'enregistrement invoquées a été produite avant la date de production de la demande relative à la marque du requérant et n'avait pas été abandonnée à la date de l'annonce de la demande relative à la marque [article 16(4) de la Loi].

[132] Si l'Annexe « A » de la déclaration d'opposition présente des marques de commerce supplémentaires qui ne sont pas énoncées à l'Annexe « B » de la déclaration d'opposition, qui se rapporte au motif fondé sur l'article 12(1)*d*) de l'Opposante, les marques de commerce supplémentaires qui sont décrites ne se rapportent pas à des produits ou à des services qui ressemblent davantage à ceux de la Requérante que celles qu'elle a invoquées à l'appui de son motif fondé sur l'article 12(1)*b*).

[133] Dans la mesure où l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial à l'égard de l'un ou l'autre de ses motifs d'opposition fondés sur l'article 16, chacun de ces motifs est rejeté pour des raisons semblables à celles énoncées dans l'examen du motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)*d*). En réalité, la preuve de l'Opposante est moins convaincante pour certaines de ses marques aux termes de l'article 16 qu'elle ne l'est au titre de l'article 12(1)*d*), comme certains éléments de preuve de l'Opposante ne sont pas antérieurs à la date de production de la demande relative à la Marque.

[134] En conséquence, pour les mêmes raisons qui sont énoncées ci-dessus dans mon analyse du motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)*d*), ces motifs d'opposition sont rejetés.

Absence de caractère distinctif – article 2

[135] L'Opposante allègue que la Marque n'est pas distinctive du fait qu'elle ne distingue pas ni n'est pas adaptée à distinguer les produits et services de la Requérante des produits et services de l'Opposante.

[136] Bien que la Requérante ait le fardeau ultime de démontrer que la Marque est adaptée à distinguer ou distingue véritablement ses Produits de ceux de tiers partout au Canada [voir *Muffin Houses Incorporated c The Muffin House Bakery Ltd* (1985), 4 CPR (3d) 272 (COMC)], l'Opposante n'en doit pas moins s'acquitter du fardeau de preuve initial d'établir les faits allégués

à l'appui de son motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif. En l'espèce, l'Opposante doit démontrer que, à la date de production de la déclaration d'opposition, une ou plusieurs de ses marques de commerce ou noms commerciaux étaient devenus suffisamment connus pour faire perdre à la Marque son caractère distinctif [voir *Bojangles' International, LLC c Bojangles Café Ltd* (2004), 40 CPR (4th) 553, confirmée par (2006), 48 CPR (4th) 427 (CF)].

[137] Dans la mesure où l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial, ce motif est rejeté pour les mêmes raisons que le motif fondé sur l'article 12(1)*d*) est rejeté. En réalité, la preuve de l'Opposante est moins convaincante à l'égard de ce motif qu'elle ne l'est pour le motif fondé sur l'article 12(1)*d*), comme certains éléments de preuve de l'Opposante ne sont pas antérieurs à la date de production de la déclaration d'opposition.

[138] Par conséquent, ce motif d'opposition est également rejeté.

Décision

[139] Compte tenu de ce qui précède et conformément aux pouvoirs qui me sont délégués en vertu de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition au titre de l'article 38(8) de la Loi.

Lisa Reynolds
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Marie-Pierre Hétu, trad.

Annexe A
[TRADUCTION]

Marque de commerce	N° de demande ou d'enregistrement
1. VIRGIN	388,068 LMC222,303
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Enregistrements sonores préenregistrés sous la forme de disques.</p> <p>(2) Tee-shirts, jeux de société, boutons, insignes, programmes de tournées de concerts, photographies d'artistes, poupées, brochures sur des artistes, biographies d'artistes, logiciels, jeux informatisés, jeux vidéo, disques vidéo, disques compacts, affiches, pulls d'entraînement, cassettes vidéo.</p> <p>(3) Bandes magnétiques et cassettes préenregistrées.</p> <p>(4) Appareils et instruments, tous pour l'enregistrement et la reproduction de sons et d'images, notamment appareils d'enregistrement de sons et d'images; appareil et instruments de radio et de télévision pour la réception et la transmission; antennes; bandes magnétiques pour l'enregistrement de sons ou d'images ou sur lesquelles sont enregistrés des sons ou des images, et cassettes et cartouches; toutes pour emploi avec ce matériel; accessoires vidéo; enregistrements sonores; enregistrements vidéo; supports et boîtiers adaptés pour contenir des enregistrements ou des bandes magnétiques; films cinématographiques et photographiques, tous préparés pour présentation; diapositives photographiques; calculatrices; logiciels et micrologiciels pour jeux électroniques et pour appareils de divertissement électronique; micrologiciels pour ordinateurs; bandes magnétiques renfermant des données, bandes de cassettes, cartouches, disques souples et CD-ROM; jeux électroniques et appareils de jeux électroniques; appareils de jeux électroniques portatifs; logiciels interactifs pour ordinateurs, jeux électroniques pour appareils de jeux électroniques; logiciels et jeux interactifs livrés par câble, satellite ou par l'entremise du réseau de télécommunications.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Édition musicale, radiodiffusion, exploitation de magasins de disques, distribution et production de films, télédiffusion, exploitation de bars et de boîtes de nuit.</p>	
2. VIRGIN	421,594 LMC231,861
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Bandes magnétiques et cassettes préenregistrées.</p>	
3. VIRGIN DESSIN	599,724 LMC383,374
 <p>PRODUITS :</p> <p>(1) Appareils et instruments, tous pour l'enregistrement et la reproduction de sons et de vidéos, notamment magnétoscopes à bande, enregistreurs magnétiques, tourne-disques, enregistreurs/lecteurs haute fidélité et stéréo, tables tournantes, platines à cassettes, lecteurs de disques compacts; appareils et instruments de radio et de télévision, notamment radios, télévisions et écouteurs; et pièces et accessoires pour tous les produits susmentionnés; bandes magnétiques pour l'enregistrement de sons ou de vidéos ou sur lesquelles sont enregistrés des sons ou des vidéos, et cassettes et cartouches; toutes pour emploi avec ce matériel; vidéodisques; accessoires vidéo, notamment supports de stockage vidéo, nettoyeurs pour têtes de lecture de bandes magnétiques et bandes vidéo; disques compacts; enregistrements sonores sous forme de disques, de bandes magnétiques ou de</p>	

bobines; supports adaptés pour contenir des disques ou des bandes magnétiques; films cinématographiques et photographiques, tous préparés pour présentation; diapositives photographiques; calculatrices; jeux vidéo et jeux électroniques et appareils de divertissement pour emploi avec des appareils récepteurs de télévision, appareils de divertissement fonctionnant avec des pièces, appareils de divertissement automatiques et billards électriques; et pièces et accessoires connexes; ordinateurs, logiciels, jeux informatisés et pièces et accessoires connexes; partitions musicales, holographes, photographies, affiches, livres, magazines et brochures; articles en carton et en papier, notamment essuie-tout, serviettes en papier, sous-plats, nappes de table, sous-verres, sous-verseuses, sous-plats, papiers-filtres, mouchoirs de poche, papier hygiénique, couches; boîtiers et sacs d'emballage; cartes de vœux, cartes postales; instruments d'écriture, notamment stylos, crayons, stylos à bille, stylos-plumes, marqueurs feutres et crayons-feutres; articles de papeterie, notamment papier d'écriture, papier à lettres, enveloppes, blocs-notes, vaisselle en papier, cartes à jouer; agendas, carnets d'adresses, livres de poche, carnets, organisateurs personnels; vêtements, notamment costumes, bas, lingerie, sous-vêtements, bonneterie, chemises, tee-shirts, pulls d'entraînement, chemisiers, pantalons sport, pantalons, jupes, robes, vestes, salopettes, combinaisons, gilets, collants, chasubles, chandails, tricots, gants, écharpes, costumes, manteaux, combinaisons, débardeurs, cardigans, chapeaux, mitaines, shorts, survêtements, tenues de jogging, combinaisons isothermiques, imperméables, pantalons et gilets imperméables, jambières, cravates, ascots, jeans, pantalons et vestes de cuir, tabliers, ceintures, casquettes, vêtements de bain; chaussures, notamment bottes, souliers, pantoufles, sandales, mocassins, tongs, couvre-chaussures.

(2) Logiciels et micrologiciels pour jeux électroniques et pour appareils de divertissement électronique; micrologiciels pour ordinateurs; bandes magnétiques renfermant des données, bandes de cassettes, cartouches, disques souples et CD-ROM; jeux électroniques et appareils de jeux électroniques; appareils de jeux électroniques portatifs; logiciels interactifs pour l'éducation et le divertissement des enfants et des adultes, jeux électroniques pour appareils de jeux électroniques; logiciels et jeux interactifs livrés par câble, satellite ou par l'entremise du réseau de télécommunications pour l'éducation et le divertissement des enfants et des adultes.

SERVICES :

(1) Exploitation d'ateliers, de magasins et de points de vente au détail.

4. VIRGIN	606,775 LMC404,724
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Diffusion de matériel publicitaire et de matériel imprimé; services de divertissement et d'artistes de spectacle, notamment production et offre de divertissement sur scène, à l'écran et à la télévision; services de divertissement musical; services d'organisation et de tenue de concours; services vidéo, cinématographiques et d'enregistrement.</p>	
<p>5. VIRGIN & DESSIN</p> 	606,776 LMC405,050
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Diffusion de matériel publicitaire et de matériel imprimé; services de divertissement et d'artistes de spectacle, notamment production et offre de divertissement sur scène, à l'écran et à la télévision; services de divertissement musical; services d'organisation et de tenue de concours; services vidéo, cinématographiques et d'enregistrement.</p>	
6. VIRGIN DESSIN	758,841 LMC524,506

	
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Vins; alcool de bouche et eau-de-vie distillée, nommément vodka, gin, whisky, brandy, rhum, tequila, slivovitz, aquavit, saké, arak, ouzo; et liqueurs.</p>	

7. VIRGIN	758,842 LMC524,590
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Vins; alcool de bouche et eau-de-vie distillée, nommément vodka, gin, whisky, brandy, rhum, tequila, slivovitz, aquavit, saké, arak, ouzo; et liqueurs.</p>	

8. VIRGIN	837,863 LMC509,209
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Articles de sous-vêtements, nommément pantalons; chemises; vestes; écharpes; chapeaux; articles de vêtements de sport, nommément survêtements; casquettes; disques compacts offrant des enregistrements musicaux et sonores; logiciels, nommément logiciels de jeux informatisés et logiciels pour jeux informatisés éducatifs, pour jeux d'arcade, pour calculateurs et pour accéder au réseau informatique mondial et pour les produits musicaux; articles de papeterie, nommément papier d'écriture et papier à lettres, cartes postales, stylos; tasses, grosses tasses; produits en cuir, nommément sacs à main.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Transport aérien de produits et de passagers; organisation du transport de produits et de passagers par voies terrestre, ferroviaire et aérienne; services de bureau touristique; services d'agence de voyages; services de réservation de transport, d'hébergement et de divertissement.</p> <p>(2) Service de réservation d'hôtels, de restaurant, de café et de cafétéria.</p>	

9. VIRGIN	1,135,419 LMC674,540
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de divertissement, nommément représentations en direct par un groupe musical, organisation et tenue de spectacles sur scène, de concours, de danses et de fêtes; services de divertissement sous forme de concerts et de boîtes de nuit; services d'artistes de spectacle en rapport avec les spectacles de musique, de danse et artistiques; activités culturelles, nommément organisation de présentations de concerts.</p> <p>(2) Services de divertissement sous forme de programmes télévisés, production de films de cinéma, services de musique commerciaux, nommément promotion d'artistes et de leurs œuvres à la radio, à la télévision, sur films et dans la presse et promotion de droits d'édition d'œuvres artistiques lyriques et écrites, services de divertissement, nommément représentations en direct par un groupe musical, productions théâtrales et programmation audio au moyen de la radio et de la télévision; divertissement sous forme d'émissions de télévision continues et d'émissions de nouvelles; services de divertissement sous forme de concerts et de boîtes de nuit; organisation et tenue de spectacles sur scène, de productions théâtrales, de concours, de danses et de fêtes; services de casino; services d'artistes de spectacle en rapport avec les spectacles de musique, de danse et artistiques; services de studio d'enregistrement du son, de films, de vidéos et pour la télévision; fourniture d'installations récréatives, y compris l'organisation de manifestations et de compétitions sportives; services de publication musicale et publication de livres.</p>	

10. VIRGIN Dessin 	1,135,420 LMC674,541
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de divertissement, notamment représentations en direct par un groupe musical, organisation et tenue de spectacles sur scène, de concours, de danses et de fêtes; services de divertissement sous forme de concerts et de boîtes de nuit; services d'artistes de spectacle en rapport avec les spectacles de musique, de danse et artistiques; activités culturelles, notamment organisation de présentations de concerts.</p> <p>(2) Services de divertissement sous forme de programmes télévisés, production de films de cinéma, services de musique commerciaux, notamment promotion d'artistes et de leurs œuvres à la radio, à la télévision, sur films et dans la presse et promotion de droits d'édition d'œuvres artistiques lyriques et écrites, services de divertissement, notamment représentations en direct par un groupe musical, productions théâtrales et programmation audio au moyen de la radio et de la télévision; divertissement sous forme d'émissions de télévision continues et d'émissions de nouvelles; services de divertissement sous forme de concerts et de boîtes de nuit; organisation et tenue de spectacles sur scène, de productions théâtrales, de concours, de danses et de fêtes; services de casino; services d'artistes de spectacle en rapport avec les spectacles de musique, de danse et artistiques; services de studio d'enregistrement du son, de films, de vidéos et pour la télévision; fourniture d'installations récréatives, y compris l'organisation de manifestations et de compétitions sportives; services de publication musicale et publication de livres.</p>	

11. VIRGIN	1,195,396 LMC690,466
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Téléphones mobiles, téléphones, modems, piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; supports pour tableau de bord; casques d'écoute mains libres; mallettes; agrafes de ceinture.</p> <p>(2) Téléphones mobiles et accessoires connexes, notamment piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de télécommunication, notamment transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone et d'Internet; services de télécommunication, notamment transmission de la voix, de données et d'information, notamment (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone, y compris Internet.</p> <p>(3) Services de télécommunication, notamment transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone; services de télécommunication, notamment transmission de la voix, de données et d'information, notamment (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; accès à des bulletins de services, téléchargement et transmission de bulletins de services au moyen de réseaux Internet; (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone.</p>	

<p>12. VIRGIN DESSIN</p> 	<p>1,195,398 LMC690,462</p>
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Téléphones mobiles; téléphones; modems; piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; supports de tableau de bord (mains libres); casques d'écoute mains libres; mallettes; agrafes de ceinture.</p> <p>(2) Téléphones mobiles et accessoires connexes, nommément piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone et d'Internet; services de télécommunications, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseurs; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone, y compris Internet.</p> <p>(2) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone; services de télécommunication, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; accès à des bulletins de services, téléchargement et transmission de bulletins de services au moyen de réseaux Internet; (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone; fourniture d'information d'annuaire au moyen du téléphone.</p>	

<p>13. VIRGIN</p>	<p>1,246,354 LMC744,547</p>
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de publicité de propriétés immobilières dans des publications imprimées et sur un réseau mondial de communications pour le compte de tiers; gestion de programmes incitatifs et de fidélisation et autres moyens de promotion, y compris ceux qui récompensent l'adoption d'un mode de vie saine par des primes et des avantages; services d'information et de conseil en lien avec tous les services susmentionnés.</p> <p>(2) Services d'assurance maladie, y compris le paiement de primes et de récompenses dans le cadre des services d'assurance; assurance maladie privée; assurance médicale; offre de financement pour les soins de santé; programmes d'épargne en lien avec la santé et les soins de santé; programmes d'épargne en lien avec l'assurance maladie; émission de jetons de valeur en lien avec des programmes incitatifs; programmes de santé et de condition physique incitant à participer et à atteindre/dépassez les objectifs des programmes; services immobiliers; services d'agence pour la location de propriétés immobilières; services d'agence pour la vente à la commission de propriétés immobilières; services financiers en lien avec les propriétés immobilières et les immeubles, nommément gestion financière dans les domaines des propriétés immobilières et des immeubles, investissement dans les domaines des propriétés immobilières et des immeubles, hypothèques/services de prêts hypothécaires; services de gestion de patrimoine en lien avec des transactions immobilières; financement d'aménagements immobiliers; gestion de propriétés; gestion de portefeuilles immobiliers; services d'information</p>	

et de conseil en lien avec tous les services susmentionnés.

(3) Construction d'immeubles; services de conseil en lien avec l'aménagement de propriétés; services de conseil en lien avec la rénovation de propriétés; services d'aménagement de propriétés commerciales de vente au détail; aménagement immobilier.

(4) Évaluation de l'état de santé et évaluation des risques liés aux soins de santé; services de conseil en lien avec la santé; services de conseil en lien avec les soins de santé; consultation et conseils en matière de mode de vie; organisation, exploitation et supervision de programmes de santé et de condition physique incitant à participer et à atteindre/dépasser les objectifs des programmes.

14. VIRGIN & Dessin 	1,246,358 LMC744,545
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de publicité de propriétés immobilières dans des publications imprimées et sur un réseau mondial de communications pour le compte de tiers; gestion de programmes incitatifs et de fidélisation et autres moyens de promotion, y compris ceux qui récompensent l'adoption d'un mode de vie saine par des primes et des avantages; services d'information et de conseil en lien avec tous les services susmentionnés.</p> <p>(2) Services d'assurance maladie, y compris le paiement de primes et de récompenses dans le cadre des services d'assurance; assurance maladie privée; assurance médicale; offre de financement pour les soins de santé; programmes d'épargne en lien avec la santé et les soins de santé; programmes d'épargne en lien avec l'assurance maladie; émission de jetons de valeur en lien avec des programmes incitatifs; programmes de santé et de condition physique incitant à participer et à atteindre/dépasser les objectifs des programmes; services immobiliers; services d'agence pour la location de propriétés immobilières; services d'agence pour la vente à la commission de propriétés immobilières; services financiers en lien avec les propriétés immobilières et les immeubles, notamment gestion financière dans les domaines des propriétés immobilières et des immeubles, investissement dans les domaines des propriétés immobilières et des immeubles, hypothèques/services de prêts hypothécaires; services de gestion de patrimoine en lien avec des transactions immobilières; financement d'aménagements immobiliers; gestion de propriétés; gestion de portefeuilles immobiliers; services d'information et de conseil en lien avec tous les services susmentionnés.</p> <p>(3) Construction d'immeubles; services de conseil en lien avec l'aménagement de propriétés; services de conseil en lien avec la rénovation de propriétés; services d'aménagement de propriétés commerciales de vente au détail; aménagement immobilier.</p> <p>(4) Évaluation de l'état de santé et évaluation des risques liés aux soins de santé; services de conseil en lien avec la santé; services de conseil en lien avec les soins de santé; consultation et conseils en matière de mode de vie; organisation, exploitation et supervision de programmes de santé et de condition physique incitant à participer et à atteindre/dépasser les objectifs des programmes.</p>	

15. VIRGIN	1,401,660 LMC801,313
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services financiers, notamment régimes d'actions personnels, épargne personnelle avec avantages fiscaux, information ayant trait aux services financiers, services de conseil en finance, services de cartes de crédit et de débit, gestion financière, services de fonds communs de placement, immobilier, information et analyse financières, services d'acceptation de dépôts, financement de prêts avec ou sans sûreté, garanties, garanties de bonne fin, délivrance de lettres de crédit, services de compensation, offre de cartes à puce, offre de cartes porte-monnaie, services d'échange de devises, offre de services de transfert d'argent au pays et à l'étranger et autres services de paiement ou de compensation, comptes d'épargne, de chèques, d'emprunt et de dépôt pour toutes les devises,</p>	

offre de services de dépôt et de services de conseil relativement à tout ce qui précède; assurance vie, assurance générale, assurance maladie, pensions, rentes, fonds communs de placement, fiducies d'investissement, fonds de placement, services de société de placement à capital fixe ou variable, nommément création, gestion et vente de plans d'investissement collectif, services de placement, nommément conseil en placement de marchandises et d'actions, gestion de placements, investissement de fonds pour des tiers et placement immobilier, placements à revenus indexés sur l'inflation dans les domaines des obligations, des actions et de l'immobilier; placement de fonds; transferts de fonds; services de conseil en assurance; souscription d'assurance; investissement; émission de jetons de valeur; souscription d'assurance vie; services de prêts hypothécaires, nommément montage, acquisition, vérification, titrisation et courtage de prêts hypothécaires.

<p>16. VIRGIN Dessin</p> 	<p>1,460,896 LMC801,688</p>
<p>SERVICES :</p> <p>(1) Services financiers, nommément régimes d'actions personnels, épargne personnelle avec avantages fiscaux, information ayant trait aux services financiers, services de conseil en finance, services de cartes de crédit et de débit, gestion financière, services de fonds communs de placement, immobilier, information et analyse financières, acceptation de dépôts, offre de prêts avec ou sans sûreté, garanties, garanties de bonne fin, délivrance de lettres de crédit, services de compensation, offre de cartes à puce, offre de cartes porte-monnaie, services d'échange de devises, offre de services de transfert d'argent au pays et à l'étranger et autres services de paiement ou de compensation, comptes d'épargne, de chèques, d'emprunt et de dépôt pour toutes les devises, offre de services de dépôt et services de conseil relativement à tout ce qui précède; assurance vie, assurance générale, assurance maladie, pensions, rentes, fonds communs de placement, fiducies d'investissement, fonds de placement, services de société de placement à capital fixe ou variable, nommément création, gestion et vente de fonds de placement collectif, services de placement, nommément conseils en placement de marchandises et d'actions, gestion de placements, placement de fonds pour des tiers et placement immobilier, placements à revenus indexés sur l'inflation dans les domaines des obligations, des actions et de l'immobilier; placement de fonds; transferts de fonds; services de conseil en assurance; souscription d'assurance; investissement; émission de jetons de valeur; souscription d'assurance vie; services de prêts hypothécaires, nommément montage, acquisition, vérification, titrisation et courtage de prêts hypothécaires.</p>	

<p>17. VIRGIN & DESSIN (NOIR ET BLANC)</p> 	<p>539,230 LMC323,461</p>
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Tee-shirts, jeux de société, boutons, insignes, programmes de tournées de concerts, photographies d'artistes, poupées, brochures sur des artistes, biographies d'artistes, logiciels, jeux informatisés, jeux vidéo, disques vidéo, disques compacts, affiches, pulls d'entraînement, cassettes vidéo, bandes magnétiques et cassettes préenregistrées, enregistrements sonores préenregistrés sous forme de disques.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Édition musicale, radiodiffusion, exploitation de magasins de disques, distribution et production de films, télédiffusion, exploitation de bars et de boîtes de nuit.</p>	

18. VIRGIN & DESSIN (ROUGE SUR BLANC) 	539,229 LMC323,747
<p>PRODUITS :</p> (1) Tee-shirts, jeux de société, boutons, insignes, programmes de tournées de concerts, photographies d'artistes, poupées, brochures sur des artistes, biographies d'artistes, logiciels, jeux informatisés, jeux vidéo, disques vidéo, disques compacts, affiches, pulls d'entraînement, cassettes vidéo, bandes magnétiques et cassettes préenregistrées, enregistrements sonores préenregistrés sous forme de disques. <p>SERVICES :</p> (1) Édition musicale, radiodiffusion, exploitation de magasins de disques, distribution et production de films, télédiffusion, exploitation de bars et de boîtes de nuit.	
19. VIRGIN ACTIVE ET DESSIN 	1,135,418 LMC608,703
<p>PRODUITS :</p> (1) Vêtements, notamment vêtements d'athlétisme, vêtements de sport; couvre-chefs, notamment chapeaux, casquettes, tuques, bandanas, tourmalines. (2) Articles de gymnastique et de sport, notamment cordes à sauter, machines d'exercice, notamment machines à ramer, tapis roulants, machines d'exercice polyvalentes, vélos stationnaires et appareils à contrepoids, poids et ballons suisses. <p>SERVICES :</p> (1) Organisation et tenue de concours, de soirées dansantes et de fêtes; fourniture d'installations récréatives; activités sportives et culturelles, notamment organisation et préparation de projections de films, de représentations théâtrales, de concerts et d'événements sportifs; exploitation de centres de loisirs/conditionnement physique et services de club de santé; organisation d'événements sportifs et de compétitions.	
20. VIRGIN ATLANTIC	1,087,535 LMC600,131
<p>SERVICES :</p> (1) Transport et organisation du transport de marchandises et de passagers par voie aérienne; services de transport de marchandises par voie aérienne. (2) Transport de marchandises et de passagers par voies terrestre, ferroviaire, aérienne et maritime; organisation du transport de passagers et de marchandises par voies terrestre, ferroviaire, aérienne et maritime; bureau de tourisme; agence de voyages; organisation et tenue de circuits touristiques; transport et services de réservation d'hôtels. (3) Services de forfaits de vacances, services de club de santé, hôtel, réservation d'hôtels, restaurants, établissement ouvert au public, services de café et de cafétéria.	

21. virgin atlantic & dessin 	1,087,536 LMC602,222
SERVICES : (1) Transport et organisation du transport de marchandises et de passagers par voies terrestre et aérienne; services de transport de marchandises par voie aérienne; services de chauffeur; exploitation d'aéronefs; réservation d'hôtels; boutiques hors taxes; manucure et pédicure; massage.	
22. VIRGIN HOLIDAYS	837,846 LMC504,414
SERVICES : (1) Organisation du transport de marchandises et de passagers par voies terrestre, ferroviaire, maritime et aérienne; services de bureaux de tourisme; services d'agence de voyages; organisation de circuits touristiques; et services de réservation de transport, d'hébergement et de divertissement.	
23. VIRGIN MEGASTORE	837,845 LMC509,210
PRODUITS : (1) Appareils et instruments d'enregistrement et de reproduction de sons et de vidéos, nommément appareils de radio et de télévision, magnétoscopes à bande, bandes magnétiques pour l'enregistrement de sons ou de vidéos ou sur lesquelles sont enregistrés des sons ou des vidéos et cassettes et cartouches pour emploi avec ce matériel, disques vidéo, enregistrements sonores sous forme de disques, de bandes magnétiques ou de bobines, disques optiques, appareils de lecture de disques optiques, films cinématographiques et photographiques, et diapositives photographiques; pièces et accessoires pour tous les produits susmentionnés; enregistrements sonores et vidéo, tous sous forme de disques, bandes magnétiques, et cassettes et cartouches, tous pour emploi avec les bandes magnétiques susmentionnées; supports adaptés aux disques et aux bandes magnétiques; films cinématographiques préparés pour présentation; diapositives photographiques. (2) Musique, holographes, photographies, affiches, livres, magazines, carton, articles en carton, nommément boîtes de carton et panneaux en carton; papier et articles en papier, nommément articles de papeterie, papier d'écriture et papier à lettre, enveloppes, cartes de vœux, cartes postales, livrets vierges, carnets de notes, registres, cartes, fiches, dossiers de documentation, blocs de feuilles à dessin, dossiers pour articles de papeterie. (3) Costumes, bas; articles de sous-vêtements, nommément camisoles, culottes, pantalons, chemisettes et caleçons; maillots, chemisiers, pantalons tout-aller, pantalons, jupes, robes, vestes, combinaisons, gilets, collants; articles vestimentaires tricotés et articles vestimentaires faits de matériaux tricotés, nommément chandails, cardigans et collants sans pieds; écharpes, chapeaux, robes de chambre, peignoirs; articles vestimentaires de sport, nommément shorts, survêtements, salopettes et léotards; vêtements de nuit, nommément pyjamas, robes de nuit et chemises de nuit; tabliers, bas, ceintures, caquettes, gants, collants, jeans; cache-cols, nommément cravates; vêtements de bain; chaussures, nommément souliers, bottes, chaussures de sport et pantoufles. SERVICES : (1) Services de grand magasin de détail.	
24. VIRGIN MOBILE	1,195,397 LMC675,261
PRODUITS : (1) Téléphones mobiles, téléphones et modems, et accessoires connexes, nommément piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture. (2) Téléphones mobiles et accessoires connexes, nommément piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.	

SERVICES :

(1) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone et d'Internet; services de télécommunication, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone, y compris Internet.

(2) Fourniture d'information d'annuaire au moyen du téléphone.

(3) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone; services de télécommunication, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de mises à jour de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; accès à des bulletins de services, téléchargement et transmission de bulletins de services au moyen de réseaux Internet; (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone.

25. VIRGIN MOBILE & Dessin



1,195,399
LMC675,250

PRODUITS :

(1) Téléphones mobiles, téléphones et modems, et accessoires connexes, nommément piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.

(2) Téléphones mobiles et accessoires connexes, nommément piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.

SERVICES :

(1) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone et d'Internet; services de télécommunication, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone, y compris Internet.

(2) Fourniture d'information d'annuaire au moyen du téléphone.

(3) Services de télécommunication, nommément transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone; services de télécommunication, nommément transmission de la voix, de données et d'information, nommément (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes, de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen du téléphone sans fil; accès à des bulletins de services, téléchargement et transmission de bulletins de services au moyen de réseaux Internet; (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au

moyen de réseaux de téléphone et Internet sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers au moyen du téléphone.

26. VIRGIN MOBILE CANADA	1,245,494 LMC723,120
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Téléphones mobiles, téléphones et modems, et accessoires connexes, notamment piles; chargeurs de piles; adaptateurs pour allume-cigarette; casques d'écoute mains libres; mallettes et agrafes de ceinture.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de télécommunication, notamment transmission d'images, de données audio et vidéo au moyen du téléphone et d'Internet; services de télécommunications, notamment transmission de la voix, de données et d'information, notamment (1) enregistrement, mise en mémoire et livraison de messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (2) accès à des nouvelles, blagues, horoscopes, bulletins de services, téléchargement et transmission de nouvelles, de blagues, d'horoscopes et de bulletins de services par messages vocaux, textuels et électroniques au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil, (3) accès à des jeux, lecture et téléchargement de jeux au moyen de réseaux de téléphone et Internet câblés et/ou sans fil; services de communications personnelles; services de téléavertisseur; transmission ou diffusion de nouvelles et d'information pour des tiers par téléphone, y compris Internet; fourniture d'information d'annuaire au moyen du téléphone.</p>	

27. VIRGIN MOBILE LIVE	1,358,547 LMC766,526
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Sonneries, contenu audio, vidéo et graphique, notamment jeux vidéo, images et musique, téléchargeables sur des appareils sans fil et à main par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de télécommunication, notamment diffusion électronique de fichiers audio, vidéo et graphiques en continu et téléchargeables par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil; offre de services de messagerie numérique sans fil et de services de messagerie vocale; offre de services de messagerie Web et de courrier électronique; offre d'accès à des bavardoirs en ligne et à des babillards électroniques pour la transmission de messages entre utilisateurs d'ordinateurs; services de divertissement, notamment offre de représentations musicales, de vidéos, d'extraits de films, de photographies et de musique par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil; offre d'accès à des blogues en ligne présentant un contenu offert par un appareil mobile et des utilisateurs d'ordinateur.</p>	

<p>28. VIRGIN MOBILE LIVE & Dessin</p> 	1,359,438 LMC734,145
<p>PRODUITS :</p> <p>(1) Sonneries, contenu audio, vidéo et graphique, notamment jeux vidéo, images et musique, téléchargeables sur des appareils sans fil et à main par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil.</p> <p>SERVICES :</p> <p>(1) Services de télécommunication, notamment diffusion électronique de fichiers audio, vidéo et graphiques en</p>	

continu et téléchargeables par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil; offre de services de messagerie numérique sans fil et de services de messagerie vocale; offre de services de messagerie Web et de courrier électronique; offre d'accès à des bavardoirs en ligne et à des babillards électroniques pour la transmission de messages entre utilisateurs d'ordinateurs; services de divertissement, notamment offre de représentations musicales, de vidéos, d'extraits de films, de photographies et de musique par Internet ainsi que par des réseaux câblés et sans fil; offre d'accès à des blogues en ligne présentant un contenu offert par un appareil mobile et des utilisateurs d'ordinateur.

29. VIRGIN RADIO	1,408,381 LMC768,559
SERVICES : (1) Services de radiodiffusion.	

30. VIRGIN RADIO & Dessin 	1,408,382 LMC768,094
SERVICES : (1) Services de radiodiffusion.	

31. VIRGIN VIE	1,054,615 LMC668,075
PRODUITS : (1) Préparations de soins des ongles, notamment vernis à ongles; savons pour les soins du corps; baume non médicamenteux pour les lèvres, crèmes hydratantes, hydratants pour la peau et eau de Cologne.	

32. VIRGIN VIE Dessin 	1,170,729 LMC638,944
PRODUITS : (1) Savons, shampoings, parfums, eau de Cologne, eaux de toilette, huiles essentielles, préparations pour le rasage, lotions après-rasage, mousses à raser, produits de toilette non médicamenteux, sels et huiles de bain non médicamenteux; antiodorifiques, déodorants pour utilisation personnelle, dépilatoires, dentifrices, rince-bouche; cosmétiques, notamment fond de teint, cache-cerne, hydratant, poudre, fard à joues, ombre à paupières, traceur, fard à cils, crayon à lèvres, rouge à lèvres, brillant à lèvres; préparations de bronzage et de protection solaire; préparations pour les cheveux, lotions capillaires, fixatifs; teintures pour les cheveux; préparations non médicamenteuses pour les soins de la peau, des mains, du cuir chevelu et du corps; composés nettoyants pour la peau; crèmes et lotions pour la peau; poudres de talc; vernis à ongles et décapants pour vernis à ongles, préparations à ongles, notamment nettoyant de vernis à ongles, émoullient pour les cuticules, renforçateur pour les ongles, sous-couche pour vernis à ongles, protecteur de vernis à ongles, liquide de séchage de vernis à ongles, ongles artificiels et adhésifs connexes, préparations pour la réparation d'ongles artificiels; faux cils et adhésifs connexes; mais ne comprenant pas d'huiles vierges.	