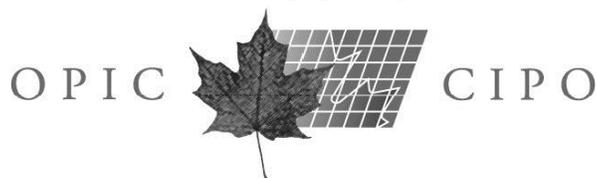


TRADUCTION



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

Référence : 2013 COMC 53
Date de la décision : 28-03-2013

**DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION
d’Invensys Systems Inc. à la demande
n° 1 476 481 produite par la Cie
Wondershare Software Ltée en vue de
l’enregistrement de la marque de
commerce WONDERSHARE**

[1] Le 2 avril 2010, la Cie Wondershare Software Ltée (la Requérante) a produit une demande en vue de faire enregistrer la marque de commerce WONDERSHARE (la Marque) sur la base d’un emploi au Canada depuis le 30 novembre 2003 en liaison avec les marchandises et services (les Marchandises et Services) suivants :

MARCHANDISES :

Ordinateurs; logiciels de traitement de texte; logiciels d'automatisation de l'entreposage de données; programmes informatiques utilitaires de stockage de fichiers; programmes informatiques utilitaires de protection contre les virus; logiciels d'exploitation; claviers d'ordinateur; moniteurs d'ordinateur; souris d'ordinateur; imprimantes; numériseurs; disquettes vierges; disques compacts vierges; livres électroniques.

SERVICES :

Télédiffusion; services d'agence de presse; enregistrement, stockage et transmission subséquente de messages vocaux et textuels par téléphone; services de téléphonie cellulaire; services de vidéo à la demande; location d'ordinateurs; services de téléphonie locale et interurbaine; offre d'accès multiutilisateur à un réseau informatique; fournisseur de services Internet (FSI). Programmation informatique; conception de logiciels; programmes de récupération en cas de sinistre informatique; services de soutien technique, notamment dépannage de problèmes de matériel informatique et de logiciels; services de surveillance de systèmes informatiques; duplication de programmes informatiques; transfert de données de document et conversion d'un support à un autre.

[2] La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 22 septembre 2010.

[3] Le 22 février 2011, Invensys Systems Inc. (l'Opposante) a produit une déclaration d'opposition. Le 27 février 2012, l'Opposante a obtenu l'autorisation de produire une déclaration d'opposition modifiée datée du 7 novembre 2011. Les motifs d'opposition peuvent être résumés comme suit :

- suivant les alinéas 38(2)*b*) et 12(1)*d*) de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la *Loi*), la Marque n'est pas enregistrable, car elle crée de la confusion avec les marques WONDERWARE de l'Opposante, à savoir :
 - WONDERWARE (LMC443 492) enregistrée le 2 juin 1995 en liaison avec des [TRADUCTION] « logiciels pour emploi aux fins du contrôle de la fabrication et des procédés »;
 - WONDERWARE et dessin (LMC445 817) enregistrée le 4 août 1995 en liaison avec des [TRADUCTION] « logiciels pour emploi aux fins du contrôle de la fabrication et des procédés », reproduite ci-dessous;



- WONDERWARE INTOUCH (LMC441 497) enregistrée le 31 mars 1995 en liaison avec [TRADUCTION] « logiciel d'interface opérateur-machine pour le contrôle de la fabrication et des procédés et manuels de l'utilisateur afférents vendus comme un tout ».
- suivant les alinéas 38(2)*c*) et 30*b*) de la *Loi*, la demande n'est pas conforme aux exigences de l'alinéa 30*b*) de la *Loi*, car la Marque n'avait pas été employée au Canada en liaison avec les Marchandises et Services à la date de premier emploi alléguée dans la demande, à savoir le 30 novembre 2003;
- suivant l'alinéa 38(2)*d*) et l'article 2 de la *Loi*, la Marque n'est pas distinctive des Marchandises et Services, pas plus qu'elle n'était antérieurement ou n'est actuellement adaptée à distinguer les Marchandises et Services des marchandises et services de tiers, y compris ceux de l'Opposante.

[4] La Requérante a produit et signifié une contre-déclaration dans laquelle elle nie les allégations de l'Opposante. La Requérante a entrepris de présenter des éléments de preuve dans sa contre-déclaration. Je ne tiendrai toutefois aucun compte des éléments de preuve inclus dans

la contre-déclaration de la Requérante, car ces derniers n'ont pas été présentés par les voies régulières.

[5] Au soutien de son opposition, l'Opposante a produit les affidavits de Nicole L. Linehan, avocate générale adjointe, Global IP et signataire autorisée de l'Opposante; et d'Ellen Anastacio, recherchiste en marques de commerce travaillant pour l'agent de l'Opposante, ainsi qu'une copie certifiée de l'enregistrement de marque de commerce canadien n° LMC443 492. La Requérante n'a produit aucune preuve.

[6] Seule l'Opposante a présenté des observations écrites. Aucune audience n'a été tenue.

Fardeaux de preuve et dates pertinentes

[7] La Requérante a le fardeau ultime d'établir, selon la prépondérance des probabilités, que sa demande est conforme aux exigences de la *Loi*. Il incombe toutefois à l'Opposante de s'acquitter du fardeau initial consistant à 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 Ltd c. Molson Companies Ltd* (1990), 30 C.P.R. (3d) 293 (C.F. 1^{re} inst.), p. 298].

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

- alinéa 38(2)a)/article 30 – la date de production de la demande [voir *Georgia-Pacific Corp c. Scott Paper Ltd* (1984), 3 C.P.R. (3d) 469 (C.O.M.C.), p. 475 et *Tower Conference Management Co c. Canadian Exhibition Management Inc* (1990), 28 C.P.R. (3d) 428 (C.O.M.C.), p. 432];
- alinéas 38(2)b)/12(1)d) – la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c. Wickes/Simmons Bedding Ltd et le Registraire des marques de commerce* (1991), 37 C.P.R. (3d) 413 (C.A.F.)];
- alinéa 38(2)c)/paragraphe 16(1) – la date de premier emploi alléguée [voir le paragraphe 16(1) de la *Loi*].
- alinéa 38(2)d)/article 2 – la date de production de la déclaration d'opposition [voir *Metro-Goldwyn-Mayer Inc c. Stargate Connections Inc* (2004), 34 C.P.R. (4th) 317 (C.F.)].

Motif fondé sur la non-conformité à l'article 30 – alinéa 30b) de la *Loi*

[9] Le fardeau initial qui incombe à l'Opposante relativement à la question de la non-conformité à l'alinéa 30b) de la *Loi* est léger, car les faits concernant le premier emploi par la Requérante relèvent avant tout de la connaissance de la Requérante [voir *Tune Masters c. Mr P's Mastertune Ignition Services Ltd* (1986), 10 C.P.R. (3d) 84 (C.O.M.C.), p. 89].

[10] L'Opposante n'a produit aucun élément de preuve au soutien de ce motif d'opposition. Dans ses observations écrites, l'Opposante prétend que le défaut de la Requérante de produire une preuve est suffisant pour permettre à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau initial. Me ranger à cette opinion équivaudrait à tirer une conclusion défavorable du fait que la Requérante n'a produit aucune preuve. Je refuse de tirer une telle conclusion.

[11] Compte tenu de ce qui précède, j'estime que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau initial et, par conséquent, je rejette ce motif d'opposition.

Motif fondé sur la non-enregistrabilité – alinéa 12(1)d) de la *Loi*

[12] Un opposant s'acquitte du fardeau initial qui lui incombe à l'égard d'un motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) si le ou les enregistrements invoqués 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 of Canada Ltd/La Compagnie Quaker Oats du Canada ltée c. Menu Foods Ltd* (1986), 11 C.P.R. (3d) 410 (C.O.M.C.)]. J'ai exercé ce pouvoir discrétionnaire et obtenu confirmation que les enregistrements des marques WONDERWARE de l'Opposante (LMC443 492; LMC445 817 et LMC441 497) sont valides. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau initial. Je dois maintenant déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime.

[13] Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du vague souvenir. Le paragraphe 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 marchandises liées à ces marques de commerce sont fabriquées, vendues, données à bail ou louées, ou que les services liés à ces

marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces marchandises ou ces services soient ou non de la même catégorie générale.

[14] Dans l'application du test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles expressément énoncées au paragraphe 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 marchandises, services ou entreprises; *d*) la nature du commerce; et *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. [Voir, de manière générale, *Mattel, Inc. c. 3894207 Canada Inc.* (2006), 49 C.P.R. (4th) 321 (C.S.C.) et *Masterpiece Inc. c. Alavida Lifestyles Inc.* (2011), 92 C.P.R. (4th) 361 (C.S.C.)].

[15] J'évaluerai le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)*d*) en fonction de la probabilité de confusion entre la Marque et la marque de commerce WONDERWARE de l'Opposante enregistrée sous le n° LMC443 492, car j'estime que cette marque de commerce constitue l'argument le plus solide de l'Opposante.

[16] S'il s'avère qu'il n'existe pas de probabilité de confusion entre la Marque et la marque de l'Opposante enregistrée sous le n° LMC443 492, la confusion ne sera pas davantage probable avec les autres marques de l'Opposante. Par conséquent, ma conclusion quant à la probabilité de confusion entre la Marque et la marque de l'Opposante enregistrée sous le n° LMC443 492 déterminera le sort du motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)*d*).

[17] Dans *Masterpiece*, la Cour suprême du Canada a déclaré ce qui suit relativement à l'importance que revêt le facteur énoncé à l'alinéa 6(5)*e*) dans l'analyse de la probabilité de confusion entre les marques des parties au sens de l'article 6 de la *Loi* (voir le paragraphe 49) :

[...] il arrive souvent que le degré de ressemblance soit le facteur susceptible d'avoir le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion, et ce même s'il est mentionné en dernier lieu au paragr. 6(5) [...] si les marques ou les noms ne se ressemblent pas, il est peu probable que l'analyse amène à conclure à la probabilité de confusion même si les autres facteurs tendent fortement à indiquer le contraire. En effet, ces autres facteurs ne deviennent importants que si les marques sont jugées identiques ou très similaires [...] En

conséquence, certains prétendent que, dans la plupart des cas, l'étude de la ressemblance devrait constituer le point de départ de l'analyse relative à la confusion.

[18] Vu les circonstances de la présente espèce, j'estime approprié d'examiner d'abord le degré de ressemblance entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante.

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

[19] La seule différence entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante tient aux premières lettres des suffixes de chacune des marques (WONDERSHARE versus WONDERWARE). Ainsi, bien qu'elles ne soient pas identiques, les marques se ressemblent beaucoup sur le plan sonore et sur le plan visuel.

[20] Les marques présentent également certaines similitudes sur le plan des idées suggérées du fait de la présence du mot WONDER.

[21] Ayant conclu qu'il existe entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante une forte ressemblance dans la présentation et dans le son, et une certaine ressemblance dans les idées suggérées, je dois maintenant examiner les autres circonstances pertinentes de l'espèce afin de déterminer si un ou plusieurs de ces autres facteurs sont suffisamment importants pour faire pencher la prépondérance des probabilités en faveur de la Requérante [voir *Masterpiece*, précitée, au paragraphe 49].

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

[22] La Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante sont toutes deux constituées de deux mots du dictionnaire fusionnés en un seul. Les marques commencent toutes deux par le préfixe WONDER; la Marque se terminant par le suffixe SHARE et celle de l'Opposante par le suffixe WARE. Il s'agit donc de mots inventés qui n'ont pas de signification particulière dans le contexte des marchandises et services des parties. L'Opposante soutient que la Marque évoque les Marchandises et Services; je ne suis pas d'accord.

[23] Compte tenu de ce qui précède, je suis d'avis que la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante possèdent le même degré de caractère distinctif inhérent.

[24] Il est possible d'accroître la force d'une marque de commerce en la faisant connaître au Canada par l'emploi ou la promotion. J'examinerai maintenant la mesure dans laquelle les marques de commerce sont devenues connues au Canada.

[25] La Requérante n'ayant présenté aucun élément de preuve quant à la mesure dans laquelle la Marque est devenue connue, je ne peux que conclure qu'elle n'est pas devenue connue.

[26] L'Opposante a produit des éléments de preuve confirmant l'emploi et la notoriété de la marque WONDERWARE. Plus particulièrement, l'affidavit de M^{me} Linehan contient une déclaration faite sous serment selon laquelle la Marque WONDERWARE est employée au Canada en liaison avec des [TRADUCTION] « logiciels pour emploi aux fins du contrôle de la fabrication et des procédés » depuis au moins le 30 mars 1990, soit par l'Opposante, soit par ses prédécesseurs en titre. M^{me} Linehan établit la chaîne de titre depuis le premier prédécesseur en titre de l'Opposante, Wonderware Software Development Corporation, jusqu'à l'Opposante elle-même (paragraphe 6, pièces A et B). M^{me} Linehan explique que la marque WONDERWARE est également employée au Canada par les distributeurs de l'Opposante. À cet égard, elle confirme que tout emploi de la marque par d'autres est effectué sous licence et fait l'objet d'un contrôle par l'Opposante.

[27] M^{me} Linehan fournit également les chiffres de vente et les dépenses publicitaires concernant le logiciel WONDERWARE de l'Opposante. Plus précisément, elle affirme que, de 2001 à 2011, les ventes ont totalisé plus de 30 000 000 \$ et les dépenses publicitaires se sont élevées à plus de 100 000 \$.

[28] Je souligne que la marque WONDERWARE et dessin est très présente dans la preuve documentaire fournie. J'estime que l'emploi de la marque figurative constitue un emploi de la marque nominale WONDERWARE.

[29] M^{me} Linehan a fourni un échantillon d'emballage du logiciel de l'Opposante sur lequel la marque WONDERWARE figure bien en vue (pièce D). Elle a également fourni des exemples de publicités montrant la marque WONDERWARE qui sont parues, de 2004 à 2006, dans le magazine *Advanced Manufacturing*, une publication qui, affirme-t-elle, est distribuée partout en Amérique du Nord (pièce E). M^{me} Linehan a aussi joint à son affidavit des photos d'articles

promotionnels (un stylo, un tournevis et une tasse) arborant la marque WONDERWARE qui ont été distribués au Canada pour promouvoir et faire connaître le logiciel WONDERWARE de l'Opposante (pièce F). Enfin, M^{me} Linehan a joint une copie d'écran tirée du site Web *www.wonderwarecaneast.ca* dans lequel la marque est affichée bien en vue et que l'Opposante utilise pour faire la promotion de son logiciel WONDERWARE (pièce G).

[30] Après examen de la preuve dans son ensemble, j'estime que l'Opposante a démontré que la marque WONDERWARE est devenue connue dans une certaine mesure au Canada.

Alinéa 6(5)b) – la période pendant laquelle chaque marque a été en usage

[31] Dans sa demande, la Requérente allègue employer la Marque depuis le 30 novembre 2003. Or, elle n'a produit aucun élément de preuve au soutien de cette allégation.

[32] Comme je l'ai mentionné ci-dessus dans l'analyse du facteur énoncé à l'alinéa 6(5)a), je suis d'avis que l'Opposante a fait la preuve que sa marque de commerce WONDERWARE est employée au Canada depuis au moins 2001.

Alinéas 6(5)c) et d) – le genre de marchandises, services ou entreprises, et la nature du commerce

[33] Il existe un recoupement direct entre les marchandises des parties, car les parties offrent toutes deux des logiciels qui, semble-t-il, sont utilisés à des fins similaires. Ce recoupement direct concerne plus particulièrement les marchandises suivantes : « logiciels de traitement de texte; logiciels d'automatisation de l'entreposage de données; programmes informatiques utilitaires de stockage de fichiers; programmes informatiques utilitaires de protection contre les virus; logiciels d'exploitation » (les Marchandises qui se recoupent). Les autres marchandises sont différentes du logiciel offert par l'Opposante.

[34] S'agissant des Services, j'estime que l'unique recoupement se situe au niveau des services « conception de logiciels »; les autres services étant complètement différents du logiciel offert par l'Opposante.

[35] En l'absence d'éléments de preuve concernant les activités commerciales de la Requérante et considérant que les marchandises des parties se recoupent partiellement, il m'apparaît raisonnable de conclure que les voies de commercialisation des parties pourraient également se recouper, mais uniquement dans le cas des Marchandises qui se recoupent.

Conclusion

[36] Comme je l'ai mentionné précédemment, dans *Masterpiece*, la Cour suprême du Canada a souligné l'importance que revêt le facteur énoncé à l'alinéa 6(5)e) dans l'analyse de la probabilité de confusion. En l'espèce, j'ai conclu qu'il existait une ressemblance importante entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante. Je suis d'avis, en ce qui concerne les Marchandises qui se recoupent et les services « conception de logiciels », qu'aucun des autres facteurs n'est suffisamment important en l'espèce pour compenser cette importante ressemblance entre les marques dans la présentation, le son et les idées suggérées. Par conséquent, j'estime que, pour ce qui est des Marchandises qui se recoupent et des services « conception de logiciels », la Requérante ne s'est pas acquittée du fardeau qui lui incombait de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion entre les marques en cause.

[37] J'estime, cependant, que les autres marchandises et services des parties sont d'un genre suffisamment différent pour faire pencher la prépondérance des probabilités en faveur de la Requérante. Conséquemment, je rejette le motif d'opposition pour ce qui est des autres marchandises et services.

[38] Compte tenu de ce qui précède, le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la *Loi* est accueilli relativement aux Marchandises qui se recoupent et aux services « conception de logiciels », mais rejeté pour ce qui est des autres marchandises et services.

Motif fondé sur l'absence de droit à l'enregistrement – paragraphe 16(1) de la *Loi*

[39] Comme je l'ai expliqué plus en détail dans mon analyse du motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d), j'estime que la preuve produite par l'Opposante permet de conclure que la

marque WONDERWARE de l'Opposante était en usage au Canada à la date pertinente et qu'elle n'avait pas été abandonnée à la date d'annonce. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial. Quant au motif fondé sur la non-enregistrabilité, je suis d'avis que la marque de commerce WONDERWARE de l'Opposante constitue, dans ce cas également, l'argument le plus solide de l'Opposante. J'évaluerai donc le motif d'opposition fondé sur l'absence de droit à l'enregistrement en fonction de cette marque.

[40] Je dois maintenant déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime, soit celui d'établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité de confusion entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante.

[41] Le fait que les dates pertinentes ne soient pas les mêmes n'a pas d'incidence en l'espèce, si bien que mes conclusions quant au motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la *Loi* s'appliquent également à ce motif. Par conséquent, je suis d'avis que la Requérante ne s'est pas acquittée de son fardeau de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité de confusion entre les marques en cause pour ce qui est des Marchandises qui se recoupent et des services « conception de logiciels »; en revanche, j'estime que la Requérante s'est acquittée de ce fardeau à l'égard des autres marchandises et services. Compte tenu de ce qui précède, j'accueille le motif d'opposition fondé sur le paragraphe 16(1) de la *Loi* relativement aux Marchandises qui se recoupent et aux services « conception de logiciels », mais je le rejette pour ce qui est des autres marchandises et services.

Motif fondé sur l'absence de caractère distinctif – alinéa 38(2)d) de la *Loi*

[42] Comme pour les motifs d'opposition fondés sur la non-enregistrabilité et l'absence de droit à l'enregistrement, j'estime que la marque de commerce WONDERWARE de l'Opposante constitue l'argument le plus solide de l'Opposante. J'évaluerai donc le motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif en fonction de cette marque. Pour s'acquitter de son fardeau initial à l'égard de ce motif, l'Opposante doit démontrer que sa marque de commerce WONDERWARE était connue au Canada au moins dans une certaine mesure à la date du 22 février 2011 [voir *Bojangles' International LLC c. Bojangles Café Ltd* (2006), 48 C.P.R. (4th) 427 (C.F.) et *Motel 6, Inc c. No 6 Motel Ltd* (1981), 56 C.P.R. (2d) 44 (C.F. 1^{re} inst.)]. Dans *Bojangles*, la Cour fédérale a déclaré ce qui suit, au paragraphe 34 :

Une marque doit être connue au moins jusqu'à un certain point pour annuler le caractère distinctif établi d'une autre marque, et sa réputation au Canada devrait être importante, significative ou suffisante.

[43] Comme je l'ai expliqué plus en détail dans mon analyse du motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d), j'estime que la preuve produite par l'Opposante permet de conclure que la marque WONDERWARE de l'Opposante avait acquis une notoriété au Canada à la date pertinente. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial.

[44] Je dois maintenant déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime, soit celui d'établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existait pas, à la date pertinente, de probabilité de confusion entre la Marque et la marque WONDERWARE de l'Opposante.

[45] Le fait que les dates pertinentes ne soient pas les mêmes n'a pas d'incidence en l'espèce, si bien que mes conclusions quant au motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la *Loi* s'appliquent également à ce motif. Par conséquent, je suis d'avis que la Requérante ne s'est pas acquittée de son fardeau de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité de confusion entre les marques en cause pour ce qui est des Marchandises qui se recoupent et des services « conception de logiciels »; en revanche, j'estime que la Requérante s'est acquittée de ce fardeau à l'égard des autres marchandises et services. Compte tenu de ce qui précède, j'accueille le motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif relativement aux Marchandises qui se recoupent et aux services « conception de logiciels », mais je le rejette pour ce qui est des autres marchandises et services.

Décision

[46] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu du paragraphe 63(3) de la *Loi*, je rejette la demande d'enregistrement de la Marque relativement aux Marchandises « logiciels de traitement de texte; logiciels d'automatisation de l'entreposage de données; programmes informatiques utilitaires de stockage de fichiers; programmes informatiques utilitaires de protection contre les virus; logiciels d'exploitation » et aux Services « conception de logiciels »; et je rejette l'opposition relativement aux Marchandises « ordinateurs, [...], claviers d'ordinateur; moniteurs d'ordinateur; souris d'ordinateur; imprimantes; numériseurs; disquettes vierges; disques compacts vierges; livres électroniques » et aux Services « télédiffusion; services

d'agence de presse; enregistrement, stockage et transmission subséquente de messages vocaux et textuels par téléphone; services de téléphonie cellulaire; services de vidéo à la demande; location d'ordinateurs; services de téléphonie locale et interurbaine; offre d'accès multiutilisateur à un réseau informatique; fournisseur de services Internet (FSI). Programmation informatique; [...]; programmes de récupération en cas de sinistre informatique; services de soutien technique, notamment dépannage de problèmes de matériel informatique et de logiciels; services de surveillance de systèmes informatiques; duplication de programmes informatiques; transfert de données de document et conversion d'un support à un autre », en application du paragraphe 38(8) de la *Loi* [voir *Produits Menagers Coronet Inc c. Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH* (1986), 10 C.P.R. (3d) 492 (C.F. 1^{re} inst.), à titre d'autorité jurisprudentielle permettant de rendre une décision donnant gain de cause en partie seulement].

Andrea Flewelling
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Judith Lemire