



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

Référence : 2010 COMC 77  
Date de la décision : 2010-05-25

**DANS L’AFFAIRE DE LA PROCÉDURE DE  
RADIATION EN VERTU DE L’ARTICLE 45, engagée à  
la demande de Borden Ladner Gervais S.R.L.,  
S.E.N.C.R.L., visant l’enregistrement n° LMC541634 de  
la marque de commerce TELEVISION FOR HOME &  
STYLE au nom de Canadian Home Publishers**

[1] À la demande de Borden Ladner Gervais S.R.L., S.E.N.C.R.L. (la partie requérante), le registraire a fait parvenir un avis en vertu de l’article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi), le 11 juillet 2007 à Canadian Home Publishers, la propriétaire inscrite de la marque de commerce susmentionnée (l’inscrivante).

[2] La marque de commerce TELEVISION FOR HOME & STYLE (la Marque) est enregistrée pour être employée en liaison avec le service suivant : « Programmation d’émissions télévisées. »

[3] Selon l’article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, le propriétaire inscrit doit démontrer, à l’égard de chacune des marchandises ou de chacun des services que spécifie l’enregistrement, si la marque de commerce a été employée au Canada à un moment quelconque au cours des trois ans précédant la date de l’avis et, dans la négative, la date où elle a été ainsi employée en dernier lieu et la raison de son défaut d’emploi depuis cette date. En l’espèce, la période pertinente en ce qui a trait à l’emploi est la période allant du 11 juillet 2004 au 11 juillet 2007 (la période pertinente).

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

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

[5] En réponse à l'avis du registraire, l'inscrivante a fourni l'affidavit de Lynda Reeves signé le 11 octobre 2007 ainsi que les pièces « A » et « B ». M<sup>me</sup> Reeves déclare qu'elle est la présidente de l'inscrivante. Seule l'inscrivante a produit des observations écrites et était représentée à l'audience.

[6] Il est bien établi que de simples allégations d'emploi ne suffisent pas à démontrer l'emploi dans le contexte des procédures prévues à l'article 45 [*Plough (Canada) Ltd c. Aerosol Fillers Inc.* (1980), 53 C.P.R. (2d) 62 (C.A.F.)]. Bien que le critère relatif à la preuve d'emploi applicable en l'espèce soit peu exigeant [*Woods Canada Ltd. c. Lang Michener* (1996), 71 C.P.R. (3d) 477 (C.F. 1<sup>re</sup> inst.), p. 480] et qu'il ne soit pas nécessaire de produire une surabondance de preuves, il importe néanmoins de présenter suffisamment de faits pour permettre au registraire de conclure que la marque de commerce a été employée en liaison avec les marchandises ou les services que spécifie l'enregistrement au cours de la période pertinente.

[7] En ce qui a trait à la façon dont la marque de commerce est liée aux services visés par l'enregistrement, M<sup>me</sup> Reeves déclare que la Marque figure dans les annonces des émissions télévisées offertes par l'inscrivante sous les marques HOUSE & HOME de celle-ci. Au soutien de cette allégation, des exemples d'annonces publiées dans les numéros de septembre 2003, 2004 et 2005 du magazine House & Home sont joints comme pièce « A ». Les exemples d'annonces fournissent des renseignements au sujet d'une émission de télévision appelée « House & Home TV » ainsi que de l'horaire de télédiffusion hebdomadaire de celle-ci sur HGTV Canada. Je souligne que, dans ces annonces, les mots « TELEVISION FOR HOME & STYLE » figurent en noir sous les mots « H & H » et « HOUSE & HOME », lesquels apparaissent dans différentes teintes de bleu ou de brun. Les trois groupes de mots figurent sur des lignes séparées avec la Marque en caractères beaucoup plus petits et moins prononcés.

[8] L'usage d'une marque de commerce en combinaison avec des éléments additionnels peut constituer l'emploi de la Marque en question lorsque le public, à la première impression, peut percevoir que la Marque était utilisée comme marque de commerce. Tel qu'il est expliqué dans *Nightingale Interloc Ltd. c. Prodesign Ltd.* (1984), 2 C.P.R. (3d) 535 (C.O.M.C.) :

[TRADUCTION]

Il s'agit d'une question de fait, qui est tributaire de réponses à certaines questions comme celle de savoir si la marque est plus en évidence que les éléments supplémentaires, par exemple lorsque le caractère ou la taille utilisés sont différents [...] ou comme celle de savoir si les éléments supplémentaires peuvent être perçus comme purement descriptifs ou comme une marque de commerce ou un nom commercial distincts [...]

Voir également *Canada (Registrar of Trade-marks) c. Cie International pour l'informatique CII Honeywell Bull* (1985), 4 C.P.R. (3d) 523, p. 525 (C.A.F.). De plus, la loi n'interdit nullement l'emploi de deux marques de commerce ou plus simultanément [*A.W. Allen Ltd. c. Warner-Lambert Canada Inc.* (1985), 6 C.P.R. (3d) 270 (C.F. 1<sup>re</sup> inst.)].

[9] En l'espèce, compte tenu de l'emplacement des mots et de l'utilisation des différentes polices de caractère, tailles et couleurs, je suis d'avis que le public percevrait, à la première impression, les mots « TELEVISION FOR HOME & STYLE » comme une marque de commerce distincte malgré le fait que ces mots sont employés conjointement avec d'autres marques de commerce de HOUSE & HOME dans les exemples d'annonces imprimées en question. En conséquence, je suis d'avis que l'inscrivante a employé la Marque en soi au cours de la période pertinente.

[10] En ce qui concerne la distribution du magazine, M<sup>me</sup> Reeves déclare qu'il a été diffusé un peu partout au Canada au cours de la période pertinente. Au soutien de cette affirmation, un tableau faisant état des données relatives au tirage du magazine de 1986 à 2006 est joint comme pièce « B ». Je souligne qu'en moyenne, plus de 250 000 exemplaires du magazine ont été distribués au Canada chaque mois au cours de la période pertinente. Après avoir examiné les déclarations de la déposante ainsi que les documents à l'appui, je suis d'avis que la Marque a été montrée dans du matériel publicitaire qui a été diffusé un peu partout au Canada au cours de la période pertinente.

[11] Il est bien reconnu que la simple annonce des services au Canada ne suffit pas en soi à démontrer l'emploi d'une marque de commerce en liaison avec ceux-ci au sens de l'article 4 de la Loi; l'inscrivante doit également démontrer qu'elle était en mesure d'offrir les services au Canada au cours de la période pertinente et qu'elle était disposée à le faire [*Wenward (Canada) Ltd. c. Dynaturf Co.* (1976), 28 C.P.R. (2d) 20 (C.O.M.C.)].

[12] Quant à la prestation du service, M<sup>me</sup> Reeves explique que l'inscrivante, dont le siège social se trouve à Toronto, a distribué l'émission de télévision au Canada. Tel qu'il est mentionné plus haut, l'horaire de diffusion hebdomadaire de l'émission de télévision sur une station de télévision canadienne, HGTV Canada, figure au bas des annonces imprimées de septembre 2003, 2004 et 2005, sur lesquelles la Marque apparaissait également. Compte tenu de l'ensemble de la preuve, il m'apparaît raisonnable de conclure que l'inscrivante a fourni des services de programmation d'émissions télévisées au Canada au cours de la période pertinente.

[13] Eu égard à ce qui précède, je suis d'avis que la Marque a été employée au sens de l'article 45 et du paragraphe 4(2) de la Loi en liaison avec des services de programmation d'émissions télévisées au cours de la période pertinente. En conséquence, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu du paragraphe 63(3) de la Loi, l'enregistrement n° LMC541364 de la marque de commerce TELEVISION FOR HOME & STYLE sera maintenu conformément aux dispositions de l'article 45 de la Loi.

---

P. Fung  
Agente d'audience  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
Linda Brisebois, LL.B.