



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

Référence : 2018 COMC 23

Date de la décision : 2018-02-28

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]**

**DANS L’AFFAIRE DE LA PROCÉDURE DE RADIATION EN VERTU DE
L’ARTICLE 45**

Monster Energy Company

Partie requérante

et

**Moca Loca Coffee Co. Inc./
Moca Loca Café Co. Inc.**

Propriétaire inscrite

**LMC710,003 pour la marque de
commerce MOCA LOCA**

Enregistrement

[1] Le 12 janvier 2015, à la demande de Monster Energy Company (la Partie requérante), le registraire des marques de commerce a donné l’avis prévu à l’article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi) à Moca Loca Coffee Co. Inc./Moca Loca Café Co. Inc. (la Propriétaire), la propriétaire inscrite de l’enregistrement n^o LMC710,003 de la marque de commerce MOCA LOCA (la Marque).

[2] La Marque est enregistrée pour emploi en liaison avec les produits suivants

[TRADUCTION] :

(1) Boissons sans alcool, notamment boissons gazéifiées et non gazéifiées; jus; eau minérale; boissons glacées, notamment boissons fouettées; café, thé; chocolat chaud; sirops aromatisants; mélanges à boissons liquides ou en poudre; produits alimentaires, notamment produits de boulangerie-pâtisserie et desserts assortis, notamment gâteaux, tartes, biscuits, croissants, pain, strudels, danoises, pavés, muffins, scones, bagels, gaufres, biscottes, tartelettes, tartinades à sandwiches; miel; vinaigrettes; soupes; chilis; salades; fruits et légumes; produits d'épicerie fine, notamment sandwiches, sandwiches roulés; plats cuisinés de viande, au fromage et/ou de légumes; charcuterie; filtres à café; tasses; supports à tasses et chariots.

(2) Paniers à offrir contenant des fleurs, des articles-cadeaux et/ou des produits alimentaires et des boissons.

(3) Bouteilles isothermes; porte-documents.

(4) Articles en papier, notamment sacs en papier pour aliments.

(5) Vêtements, notamment vêtements de loisirs, vêtements sport, chapeaux; appareils, notamment cafetières, moulins à café; enregistrements, notamment disques compacts, bandes et DVD préenregistrés contenant de la musique et/ou des vidéos (ne contenant pas de logiciels); jouets, notamment figurines, jouets en peluche, poupées; publications et imprimés, notamment revues; articles en papier, notamment serviettes de table; matériel de promotion et articles de fantaisie, notamment stylos, grosses tasses, bouteilles isolantes; sacs, notamment sacs de sport, sacs à dos, sacs d'épicerie; bonbons, chocolats, frittatas, quiches; sous-verres; grosses tasses; verrerie, notamment verrerie pour boissons; vaisselle; sous-plats; boîtes de cuisine; bourses, porte-documents et valises; colorants à café et nappages non laitiers.

[3] La Marque est également enregistrée en liaison avec les services suivants

[TRADUCTION] :

(1) Services de restaurant et de café; services de vente en gros et au détail d'aliments, boissons, vêtements, articles de cuisine, petits appareils de cuisine, articles pour boissons, vaisselle et cadeaux; service d'enregistrement de cadeaux.

(2) Services d'affaires, notamment services de conseil en gestion de restaurants.

(3) Services de vente par correspondance d'aliments, boissons, vêtements, articles de cuisine, petits appareils de cuisine, articles pour boissons, vaisselle et cadeaux; conception de cafés, restaurants, établissements et installations; services de franchisage.

(4) Services d'affaires, nommément services de formation et de conseil concernant l'équipement.

[4] L'article 45 de la Loi exige que le propriétaire inscrit de la marque de commerce indique, à l'égard de chacun des produits et des services spécifiés dans l'enregistrement, si la marque de commerce a été employée au Canada à un moment quelconque au cours des trois années précédant immédiatement la date de l'avis et, dans la négative, qu'il précise la date à laquelle la marque a ainsi été employée en dernier lieu et la raison de son défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour établir l'emploi s'étend du 12 janvier 2012 au 12 janvier 2015.

[5] Les définitions pertinentes d'« emploi » sont énoncées aux articles 4(1) et 4(2) de la Loi, lesquels sont libellés comme suit :

4(1) Une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des produits si, lors du transfert de la propriété ou de la possession de ces produits, dans la pratique normale du commerce, elle est apposée sur les produits mêmes ou sur les emballages dans lesquels ces produits sont distribués, ou si elle est, de toute autre manière, liée aux produits à tel point qu'avis de liaison est alors donné à la personne à qui la propriété ou possession est transférée.

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.

[6] Il est bien établi que de simples allégations d'emploi ne sont pas suffisantes pour établir l'emploi dans le contexte de la procédure prévue à l'article 45 [*Plough (Canada) Ltd c Aerosol Fillers Inc* (1980), 53 CPR (2d) 62 (CAF)]. Bien que le niveau de preuve requis pour établir l'emploi dans le cadre de la procédure prévue à l'article 45 soit peu élevé [*Woods Canada Ltd c Lang Michener* (1996), 71 CPR (3d) 477 (CF 1^{re} inst)] et qu'il ne soit pas nécessaire de produire une surabondance d'éléments de preuve [*Union Electric Supply Co Ltd c le Registraire des marques de commerce* (1982), 63 CPR (2d) 56 (CF 1^{re} inst)], il n'en faut pas moins présenter des faits suffisants pour permettre au registraire de conclure que la marque de commerce a été employée en liaison avec chacun des produits et des services spécifiés dans l'enregistrement pendant la période pertinente [*John Labatt Ltd c Rainer Brewing Co* (1984), 80 CPR (2d) 228 (CAF)].

[7] En réponse à l'avis du registraire, la Propriétaire a produit l'affidavit de son président fondateur, Sami Chakie, souscrit le 26 novembre 2015 à Gatineau, au Québec. Ni l'une ni l'autre des parties n'a produit de représentations écrites, et seule la Partie requérante était représentée à l'audience qui a été tenue.

LA PREUVE DE LA PROPRIÉTAIRE

[8] Dans son affidavit, M. Chakie affirme que la Propriétaire exploite une chaîne de cafés MOCA LOCA dans la région de la capitale nationale, le premier ayant ouvert ses portes en août 2000. Il affirme qu'il existe à l'heure actuelle neuf cafés MOCA LOCA; certains d'entre eux appartiennent à la Propriétaire tandis que d'autres sont exploités par des franchisés. M. Chakie atteste que la Propriétaire a [TRADUCTION] « [t]oujours » exercé et continue d'exercer un contrôle sur les caractéristiques et la qualité des produits et des services offerts par les franchisés en liaison avec la Marque.

[9] Les cafés de la Propriétaire sont décrits dans l'affidavit Chakie comme étant des [TRADUCTION] « café bistros de style européen haut de gamme » offrant aux clients une variété d'aliments et de boissons pour consommation sur place, pour emporter ou comme services de traiteur de la Propriétaire.

[10] M. Chakie atteste que, bien que la Propriétaire [TRADUCTION] « offre une sélection limitée de boissons et de produits alimentaires de tiers », elle a vendu tous les produits alimentaires et toutes les boissons visés par l'enregistrement sous la Marque pendant la période pertinente. En particulier, il affirme que les [TRADUCTION] « [b]oissons » sont [TRADUCTION] « généralement vendues aux consommateurs dans des gobelets en carton ou de grosses tasses en verre qui arborent [la Marque] ». Il affirme en outre que les aliments vendus pour emporter sont [TRADUCTION] « généralement vendus dans des contenants pour emporter et des contenants pour services de traiteur arborant [la Marque] ». M. Chakie ajoute que des serviettes en papier arborant la Marque sont aussi [TRADUCTION] « généralement » fournies aux clients.

[11] En ce qui concerne les transferts des produits dans la pratique normale du commerce, M. Chakie fournit — au paragraphe 15 de son affidavit — des chiffres de vente pour la période de six mois allant de juillet 2013 à décembre 2013. Plus précisément, il affirme que, pendant

cette période, le total des revenus bruts générés par les ventes à chacun des neuf cafés de la Propriétaire a oscillé [TRADUCTION] « en moyenne » entre plus de 100 000 \$ au café situé sur la rue de Valcourt à Gatineau à près de 500 000 \$ au café [TRADUCTION] « phare » situé sur le boulevard de la Gappe. Il répartit en outre les chiffres de vente de ces deux cafés dans les catégories générales [TRADUCTION] « Cafés », « Cafés glacés et boissons fouettées », « Boissons », « Thés et tisanes », « Repas », « Déjeuner » et « Viennoiseries, gâteaux et confiseries ». M. Chakie donne des exemples de produits visés par l'enregistrement dans chaque catégorie, mais il souligne que la Propriétaire ne compile pas les ventes de ces produits séparément.

[12] M. Chakie affirme également que la Propriétaire a vendu divers [TRADUCTION] « produits et articles-cadeaux » secondaires arborant la Marque pendant la période pertinente, dont des bouteilles isothermes, de grosses tasses, des vêtements et des chapeaux. Il souligne que les ventes de ces produits sont compilées comme des [TRADUCTION] « articles accessoires » et, pendant la période de six mois susmentionnée, qu'elles se sont élevées à plus de 2 800 \$ au café de la rue Valcourt et à plus de 10 000 \$ au café du boulevard de la Gappe.

[13] De plus, M. Chakie affirme que la Propriétaire a vendu des cartes-cadeaux pendant la période pertinente. À cet égard, il affirme que, pendant la période de six mois susmentionnée, la valeur combinée de ces cartes-cadeaux s'est élevée à plus de 600 \$ au café de la rue Valcourt et à plus de 3 600 \$ au café du boulevard de la Gappe.

[14] En ce qui concerne les services visés par l'enregistrement, M. Chakie atteste que le café du boulevard de la Gappe est exploité par un franchisé et était exploité pendant la période pertinente. Il explique que la Propriétaire fournit à tous les franchisés des [TRADUCTION] « services de conseil en gestion qui comprennent la conception de cafés et d'installations ». En outre, il affirme que les franchisés doivent acheter [TRADUCTION] « les produits de marque MOCA LOCA qui sont présentés dans cet affidavit ». Il explique que les [TRADUCTION] « [a]rticles en vrac comme les grains de café sont livrés aux franchisés dans des emballages arborant la marque de commerce MOCA LOCA pour la revente aux clients sous forme de grains de café ou comme boissons infusées ».

[15] Les pièces suivantes sont jointes à l'appui à l'affidavit Chakie :

- La pièce A contient une photographie de la devanture d'un café MOCA LOCA présentant une enseigne murale, des affiches de fenêtre et des enseignes de stationnement, lesquelles arborent toutes la Marque. Les affiches de fenêtre font la promotion de diverses boissons; à titre d'exemple, une affiche présente de grosses tasses sans marque de « Matcha », de « Cidre de pommes » et de « Chaï latté » figurant au-dessus de la Marque. M. Chakie atteste que les enseignes et les affiches montrées dans la photographie étaient présentées au café MOCA LOCA de la rue de Valcourt pendant la période pertinente et qu'elles sont [TRADUCTION] « représentatives des enseignes et des affiches qui ont été utilisées aux autres cafés ».
- La pièce A contient aussi des imprimés tirés du site Web de la Propriétaire accessible au *mocalocacafe.com*. Chaque page Web est intitulée « Moca Loca Cafe » [Café Moca Loca] et présente la Marque dans une image promotionnelle figurant près du haut de la page. Comme l'a souligné le déposant, les pages Web montrent des [TRADUCTION] « vues intérieures de divers cafés MOCA LOCA », y compris des comptoirs de produits alimentaires et de boissons et des zones où les clients peuvent s'asseoir. La Marque est présentée dans certaines des images, par exemple au-dessus de tableaux de menu et dans une fenêtre. Je souligne également la présence d'un lien lié aux cartes-cadeaux « Moca Loca ».
- La pièce B contient i) une photographie de tableaux de menu présentés au-dessus d'un comptoir de préparation d'aliments et ii) un imprimé tiré d'un menu électronique. M. Chakie atteste que les tableaux de menu étaient présentés derrière le comptoir de produits alimentaires au café MOCA LOCA de la rue Valcourt pendant la période pertinente; cependant, le cadrage de la photographie est tel que les inscriptions de menu ne sont pas toutes complètement visibles. La Marque est présentée sur le premier tableau. M. Chakie atteste que le menu électronique — dont l'en-tête arbore la Marque — a été imprimé à partir du site Web de la Propriétaire et est [TRADUCTION] « représentatif des produits qui sont généralement vendus aux clients aux cafés MOCA LOCA [de la Propriétaire] et qui ont été vendus pendant la période pertinente ». Chaque menu énumère

divers produits alimentaires et diverses boissons, dont un certain nombre peuvent correspondre à des produits qui sont visés par l'enregistrement, comme je l'expliquerai ci-dessous.

- La pièce C contient des photographies d'un comptoir de présentation de produits alimentaires qui, atteste M. Chakie, est celui du café MOCA LOCA situé sur la rue de Valcourt et est [TRADUCTION] « représentatif du comptoir de présentation qui a été présenté aux consommateurs pendant la période pertinente à [ce] café ». M. Chakie décrit les produits alimentaires illustrés comme étant [TRADUCTION] « divers petits gâteaux, croissants, tartes, biscottes et pavés en vente, en plus de sandwiches, de salades et de sandwiches roulés ». Je souligne que la Marque est en partie visible dans un petit avis affiché sur un des comptoirs de présentation.
- La pièce D est une photographie d'une bouteille d'eau illustrant de [TRADUCTION] « l'eau minérale en bouteille » vendue par la Propriétaire; M. Chakie affirme que la photographie est [TRADUCTION] « représentative de l'eau en bouteille vendue par [la Propriétaire] pendant la période pertinente ». Il explique que, au café de la rue Valcourt, cette [TRADUCTION] « eau de marque MOCA LOCA » est vendue dans un comptoir réfrigéré placé à côté du comptoir de présentation de produits alimentaires, tout comme diverses boissons de tiers. La marque présentée sur cette bouteille sera examinée plus en détail ci-dessous.
- La pièce E est constituée de photographies d'un gobelet en carton, d'une grosse tasse en verre avec un passe-thé et d'une grosse tasse en verre contenant une boisson gazéifiée, lesquels arborent tous la Marque. M. Chakie décrit ces articles comme étant des [TRADUCTION] « tasses qui sont représentatives des types de gobelets et de grosses tasses qui ont été utilisés par [la Propriétaire] pendant la période pertinente ».
- La pièce F est constituée de photographies de contenants pour emporter, de contenants pour services de traiteur et de serviettes en papier, qui arborent tous la Marque et qui, atteste M. Chakie, sont [TRADUCTION] « représentatifs des types de contenants et de serviettes qui ont été utilisés par [la Propriétaire] pendant la période pertinente ».

- La pièce G contient d'autres imprimés tirés du site Web de la Propriétaire, là encore intitulés « Moca Loca Cafe » [Café Moca Loca] et présentant la Marque. Les imprimés donnent une brève description des services de traiteur de la Propriétaire et fournissent un menu de service de traiteur. M. Chakie atteste que les aliments et les boissons énumérés dans le menu sont [TRADUCTION] « représentatifs des produits qui sont généralement vendus aux clients aux cafés MOCA LOCA [de la Propriétaire] et qui ont été vendus pendant la période pertinente ».
- La pièce H contient des copies du marchand de 31 reçus de vente, dont 23 portent une date comprise dans la période pertinente et semblent provenir de quatre cafés situés à Gatineau. Les reçus se rapportent à divers produits alimentaires et à diverses boissons, ainsi qu'à un article accessoire, comme je l'expliquerai ci-dessous. Un des reçus comprend des frais de livraison.
- La pièce I est constituée de photographies d'une tuque, d'une casquette de baseball, de deux types de bouteilles, d'une grosse tasse à couvercle, d'un tee-shirt et d'un stylo, lesquels arborent tous la Marque. M. Chakie atteste que ces articles sont [TRADUCTION] « représentatifs des produits qui ont été vendus par [la Propriétaire] pendant la période pertinente ».
- La pièce J est une photographie d'une carte-cadeau arborant la Marque qui, atteste M. Chakie, est [TRADUCTION] « représentative des cartes-cadeaux qui ont été vendues par [la Propriétaire] pendant la période pertinente ».
- La pièce K est un imprimé intitulé « Moca Loca Cafe » [Café Moca Loca] tiré du site Web de la Propriétaire, faisant la promotion de possibilités de franchises. M. Chakie atteste que cet imprimé est [TRADUCTION] « représentatif des renseignements qui étaient accessibles aux Canadiens intéressés sur le site Web [de la Propriétaire] pendant la période pertinente ». La page Web donne une brève description des exigences à remplir pour devenir un franchisé, ainsi que de divers services fournis aux franchisés. À titre d'exemple, le texte indique que les redevances de franchisage comprennent des frais de formation, l'accès à des manuels d'exploitation et de l'aide au lancement. Le texte précise ce qui suit : « Vous démarrez avec un café clé en main, tout équipé et

opérationnel. » Parmi les autres services mentionnés figurent de « [l']aide et [des] conseils »; de la formation pour « l'apprentissage de notre gamme de produits, de nos normes [d']hygiène et [de] sécurité et de notre outil informatique »; et de l'aide liée à la « politique de recrutement et de suivi RH ». La Marque est imprimée dans une image promotionnelle figurant près du haut de la page Web.

- La pièce L contient des photographies se rapportant à la vente de grains de café en vrac aux franchisés. Les photographies illustrent une grande boîte de carton portant l'inscription « FRESH ROASTED COFEE BEANS » [grains de café fraîchement torréfiés]; un sac en plastique transparent contenant des grains de café [TRADUCTION] « tels qu'ils ont été expédiés aux franchisés »; et un sac en papier [TRADUCTION] « pour la revente de grains de café aux clients ». La Marque est présentée sur chaque boîte ou sac.

[16] Dans la plupart de ces pièces, la Marque est présentée en lettres stylisées de grande taille (le Dessin MOCA LOCA). Ce dessin est parfois présenté seul, mais plus souvent au-dessus de la mention « CAFÉ CO. » ou « CAFE.COM » ou avant cette mention. En pareils cas, la mention « CAFÉ CO. » ou « CAFE.COM » figure en caractères beaucoup plus petits que la Marque et dans une police de caractères relativement simple. Je souligne également qu'une légère variante du Dessin MOCA LOCA figure en caractères stylisés de plus grande taille au-dessus de la mention « CAFÉ • LOUNGE » [Café • Bar-salon] dans une liste de cafés présentée dans les pages Web à la pièce A.

[17] Une variante plus importante de la Marque est présentée sur l'eau en bouteille illustrée à la pièce D : son étiquette présente seulement une partie des lettres stylisées MO et LOC du Dessin MOCA LOCA. L'adresse du site Web de la Propriétaire, « MOCALOCACAFE.COM », est présentée dans une police de caractères plus petite et uniforme au-dessous de ce dessin.

ANALYSE

[18] La Partie requérante soutient que la preuve n'établit pas la présentation de la Marque telle qu'elle est enregistrée pendant la période pertinente, mais qu'elle établit plutôt, au mieux, la

présentation de noms commerciaux comme Moca Loca Café Co. et de l'adresse du site Web *mocalocacafe.com*.

[19] En règle générale, l'emploi d'une marque nominale en conjugaison avec des mots ou des éléments graphiques supplémentaires constitue un emploi de la marque nominale si, sous le coup de la première impression, le public y verrait un emploi de la marque nominale en soi [*Nightingale Interloc Ltd c Prodesign Ltd* (1984), 2 CPR (3d) 535 (COMC)]. De plus, l'enregistrement d'une marque nominale peut être étayé par l'emploi de cette marque sous une quelconque forme stylisée et dans une quelconque couleur [voir *Stikeman, Elliott c Wm Wrigley Jr Co* (2001), 14 CPR (4th) 393 (COMC)].

[20] En l'espèce, les pièces fournies établissent que le Dessin MOCA LOCA est généralement présenté au-dessus de la mention « CAFÉ CO. » ou de « CAFE.COM » ou avant cette mention. Cependant, du fait de sa taille et de sa police de caractères stylisée, la Marque se démarque de ces éléments nominaux qui l'entourent. En outre, je suis d'avis que, dans ce contexte, les mentions CAFÉ CO. et CAFE.COM seraient perçues comme des éléments descriptifs supplémentaires, indiquant le genre de l'entreprise de la Propriétaire et l'existence d'un site Web connexe.

[21] En outre, dans la mesure où l'on pourrait également percevoir l'emploi d'un nom commercial, je souligne que [TRADUCTION] « l'emploi d'une marque de commerce et l'emploi d'un nom commercial ne s'excluent pas nécessairement » [voir *Consumers Distributing Co/Cie Distribution aux Consommateurs c Toy World Ltd*, 1990 CarswellNat 1398 (COMC), au para 14]. De façon similaire, le registraire a déjà conclu que l'ajout de « www. », de « .ca », de « .com » ou d'éléments semblables à une marque de commerce pour créer une adresse de site Web constitue une variante mineure dans laquelle les éléments supplémentaires sont descriptifs [voir *4358376 Canada Inc c 770879 Ontario Ltd*, 2012 COMC 213, 2012 CarswellNat 5263; et *Star Island Entertainment LLC c Provent Holdings Ltd*, 2013 COMC 84, 112 CPR (4th) 321]. Quoiqu'il en soit, en l'espèce, le Dessin MOCA LOCA se démarque des éléments indiquant l'existence d'une entreprise et d'un site Web qui l'entourent. Ainsi, la Marque telle qu'elle est enregistrée conserve son identité propre et demeure reconnaissable.

[22] La question qu'il reste à trancher est celle de savoir si l'emploi de la Marque pendant la période pertinente a été établi au sens de l'article 4(1) de la Loi en liaison avec chacun des produits et des services visés par l'enregistrement. J'examinerai successivement les produits alimentaires, les boissons, les articles de table et les produits accessoires, ainsi que les services.

Produits alimentaires

[23] M. Chakie affirme que [TRADUCTION] « tous les Produits qui sont des aliments et des boissons et qui sont énumérés dans l'enregistrement de marque de commerce ont été offerts en vente et vendus pendant la période pertinente par [la Propriétaire] sous la marque de commerce MOCA LOCA ».

[24] Le déposant ne fait pas correspondre expressément chacun des produits visés par l'enregistrement à un article illustré ou mentionné en particulier dans les pièces. Néanmoins, après examen de la preuve dans son ensemble, j'admets que les [TRADUCTION] « produits alimentaires » visés par l'enregistrement suivants sont représentés dans une ou plusieurs des images de menu et de comptoir de produits alimentaires aux pièces B, C et G [TRADUCTION] : « gâteaux », « biscuits », « croissants », « pain », « pavés », « muffins », « scones », « bagels », « gaufres », « biscottes », « tartelettes », « soupes », « salades », « fruits et légumes », « sandwichs », « sandwichs roulés » et « plats cuisinés de viande, au fromage et/ou de légumes ».

[25] En ce qui concerne les produits « strudels » et [TRADUCTION] « tartes » visés par l'enregistrement, bien que je n'aie pas trouvé d'image claire ou d'inscription de menu précise pour ces produits en particulier, ceux-ci semblent représentés dans les reçus du café de la rue Valcourt datant de la période pertinente. En conséquence, je suis disposée à inférer que ces deux produits visés par l'enregistrement étaient compris dans les comptoirs de présentation illustrés à la pièce C et qu'ils ont été vendus à des consommateurs pendant au moins une partie de la période pertinente.

[26] En outre, le registraire a déjà conclu que, dans un contexte de restaurant, la présentation d'une marque de commerce sur des enseignes est généralement suffisante pour établir l'emploi de la marque de commerce en liaison avec des aliments et des boissons préparés sur les lieux

[voir *Oyen Wiggs Green & Mutala c Aimers* (1998), 86 CPR (3d) 89 (COMC); *Featherstonhaugh & Co c Hon's Wun-Tun House (2011) Ltd*, 2014 COMC 233, 130 CPR (4th) 348]. En l'espèce, les aliments mentionnés dans les menus et présentés dans les comptoirs illustrés semblent s'apparenter aux types de produits qu'un café pourrait préparer sur les lieux. Considérant qu'un client du café MOCA LOCA utiliserait les tableaux de menu arborant la Marque pour commander et acheter ces produits alimentaires — qui sont eux-mêmes présentés dans les comptoirs se trouvant près des tableaux —, je suis convaincue que l'avis de liaison exigé au titre de l'article 4(1) de la Loi a été donné aux clients lors du transfert des produits dans la pratique normale du commerce.

[27] De façon similaire, j'estime que la présentation de la Marque dans les menus en ligne produits en pièce est suffisante pour établir l'emploi de la Marque en liaison avec des aliments préparés dans les cafés MOCA LOCA. À cet égard, la présentation d'une marque de commerce dans des catalogues et des documents semblables utilisés aux fins de commande peut donner l'avis de liaison exigé [voir, à titre d'exemple, *Dart Industries Inc c Baker & McKenzie LLP*, 2013 CF 97, 2013 CarswellNat 188; et *Swabey Ogilvy Renault c Mary Maxim Ltd* (2003), 28 CPR (4th) 543 (COMC)]. En l'espèce, le menu de service de traiteur en particulier invite les clients à passer une commande par téléphone. Je suis disposée à inférer qu'au moins certains clients auraient utilisé les menus accessibles en ligne pour passer leurs commandes et que ces clients percevraient que la Marque figurant sur ces menus identifie la gamme de produits alimentaires préparés au café. En outre, compte tenu de la preuve que les produits alimentaires sont livrés dans des contenants pour services de traiteur et pour emporter arborant la Marque, l'avis de liaison serait maintenu lorsque les produits sont transférés à l'acheteur. En effet, la présentation de la Marque sur ces contenants constitue également une présentation de la Marque directement sur les emballages dans lesquels les produits sont distribués.

[28] La plupart des aliments représentés dans les menus et les photographies produits en pièce figurent également dans les reçus de vente produits en pièce datant de la période pertinente. Pour ceux qui n'y figurent pas, la preuve dans son ensemble doit être considérée [selon *Lewis Thomson & Son Ltd c Rogers, Bereskin & Parr* (1988), 21 CPR (3d) 483 (CF 1^{re} inst); voir également *Hudson's Bay Co c PDM Royalties Limited Partnership*, 2012 COMC 259, 2012 CarswellNat 5589]. En l'espèce, la preuve indique que neuf cafés MOCA LOCA étaient

exploités et que ces cafés ont réalisé des ventes considérables pendant la période pertinente. Si l'on considère les déclarations du déposant à propos des ventes à la lumière et compte tenu du genre de l'entreprise de la Propriétaire, j'estime raisonnable d'inférer que les ventes de la Propriétaire pendant la période pertinente ont inclus les autres produits alimentaires figurant dans les menus et les comptoirs de présentation représentatifs. Les factures portant une date ultérieure à la période pertinente tendent à corroborer cette conclusion, dans la mesure où elles font état d'une continuité de ventes de ces produits [pour une conclusion semblable, voir *Rosenstein c Elegance Rolf Offergelt GmbH* (2005), 47 CPR (4th) 196 (COMC)].

[29] Cependant, étant donné qu'il semble que la Propriétaire ne compile pas les ventes des produits séparément, je ne suis pas disposée à inférer que tous les produits spécifiques énumérés au paragraphe 15 de l'affidavit Chakie ont nécessairement été vendus pendant la période pertinente. En particulier, bien que le déposant énumère des [TRADUCTION] « danoises », « chocolats », « tartinades », du « miel », des « vinaigrettes », « chilis » et de la « charcuterie » à titre d'exemples de [TRADUCTION] « Viennoiseries, gâteaux et confiseries » et de « Repas », la preuve ne comporte aucune autre mention explicite de ces produits.

[30] En ce qui concerne les [TRADUCTION] « chocolats », je souligne que « fondant au chocolat » est énuméré sous le titre « Desserts » dans le menu en ligne figurant à la pièce B. Cependant, aucun autre renseignement n'est fourni quant au genre de ce produit, et je n'ai pas été en mesure d'en trouver une représentation parmi les images présentées dans les pièces fournies. On ne sait donc pas clairement si ce produit représente des [TRADUCTION] « chocolats », des « bonbons » ou autre confiserie quelconque. De plus, rien n'indique si le « fondant au chocolat » est préparé sur les lieux ou est vendu comme un produit de tiers en liaison avec une marque de commerce différente.

[31] En outre, bien que les [TRADUCTION] « tartinades à sandwichs », les « vinaigrettes » et la « charcuterie » semblent entrer dans la préparation d'autres produits visés par l'enregistrement, rien n'indique qu'ils ont également arboré une marque et qu'ils ont été vendus en tant que produits distincts.

[32] Quant aux produits « frittatas » et « quiches » visés par l'enregistrement, ces produits ne sont pas mentionnés explicitement dans l'affidavit Chakie.

[33] Dans les circonstances, pour les produits qui ne sont pas représentés dans les menus, les comptoirs de présentation et les reçus de vente produits en pièce, la déclaration du déposant selon laquelle tous les produits alimentaires et toutes les boissons visés par l'enregistrement ont été offerts en vente et vendus sous la Marque pendant la période pertinente équivaut à une simple allégation d'emploi, ce qui n'est pas suffisant pour remplir les exigences de l'article 45 de la Loi.

[34] En résumé, en ce qui concerne les produits alimentaires visés par l'enregistrement, je suis convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque au sens des articles 4 et 45 de la Loi en liaison avec les produits suivants seulement [TRADUCTION] : « Produits alimentaires, nommément produits de boulangerie-pâtisserie et desserts assortis, nommément gâteaux, tartes, biscuits, croissants, pain, strudels, ... pavés, muffins, scones, bagels, gaufres, biscottes, tartelettes[;] ... soupes; ... salades; fruits et légumes; produits d'épicerie fine, nommément sandwiches, sandwiches roulés; plats cuisinés de viande, au fromage et/ou de légumes. »

Boissons

[35] À l'audience, la Partie requérante a soutenu que certaines des boissons représentées dans les menus et les comptoirs de présentation produits en pièce semblent être fabriquées par des tiers et être vendues sous les marques de commerce de ces tiers. La Partie requérante fait valoir que la présentation de la Marque dans des menus de restaurant et sur des enseignes et des affiches n'est pas suffisante pour donner un avis de liaison entre la Marque et ces produits de tiers. De façon similaire, la Partie requérante fait valoir que le fait de servir ces produits de tiers dans des gobelets ou de grosses tasses arborant la Marque n'est pas suffisant pour donner l'avis de liaison exigé.

[36] En effet, comme l'a souligné la Partie requérante, des jus de fruit et de légume, de l'eau minérale et des boissons de thé spécifiques sont énumérés dans le menu de service de traiteur et les reçus de vente produits en pièce en liaison avec différentes marques de commerce, par exemple « Minute Maid », « V8 », « Perrier » et « Arizona ». De plus, le menu de service de traiteur indique que des boissons gazeuses sont vendues dans des canettes, ce qui donne à penser qu'elles seraient liées au moment de la vente aux marques de commerce qui figurent sur les canettes. La preuve n'indique aucunement que la Marque a été présentée sur ces canettes.

[37] Cependant, les menus produits à la pièce B contiennent aussi diverses inscriptions se rapportant à des boissons qui ne semblent pas être liées à d'autres marques de commerce, et je suis convaincue que certaines de ces boissons correspondent aux produits visés par l'enregistrement qui seraient préparés sur les lieux. À titre d'exemple, je suis disposée à admettre que, sous la rubrique de menu « Spécialités », le « Matcha » et le « Chaï latté » correspondent au produit [TRADUCTION] « thé » visé par l'enregistrement et que le « Cidre de pommes » correspond au produit [TRADUCTION] « jus » visé par l'enregistrement. Des images de ces produits sur des affiches de fenêtre arborent également la Marque, comme le montre la photographie produite à la pièce A, ce qui constitue un autre avis de liaison.

[38] De façon similaire, j'admets que le « Chocolat chaud » de spécialité, ainsi que divers cafés et thés de spécialité énumérés dans les menus produits en pièce, seraient préparés sur les lieux et seraient liés à la Marque compte tenu des menus du café et des enseignes et des affiches connexes.

[39] En outre, j'admets que, sous la rubrique de menu « Breuvages [*sic*] froids », les « Smoothies au fruits » correspondent aux produits [TRADUCTION] « boissons glacées, nommément boissons fouettées » visés par l'enregistrement et que les « Frappés au chocolat » se rapportent à des laits frappés au chocolat ou à d'autres boissons glacées au chocolat regroupées sous les produits [TRADUCTION] « boissons sans alcool, nommément boissons non gazéifiées » visés par l'enregistrement.

[40] En revanche, je ne suis pas convaincue que des [TRADUCTION] « boissons gazéifiées » quelconques ont été préparées sur les lieux du café pendant la période pertinente. À cet égard, bien que le menu en ligne produit à la pièce B énumère du « Soda italien » sous la rubrique Breuvages [*sic*] froids, je souligne que le menu de service de traiteur produit en pièce énumère les boissons Sanpellegrino « Oranciata » et « Limonata », et qu'il se pourrait que *ces boissons* représentent les sodas italiens que mentionne le menu de la pièce B. L'inscription correspondante sur les tableaux de menu matériels est seulement visible en partie et elle ne fournit aucun éclaircissement à cet égard. Dans les circonstances, en l'absence d'autres détails sur la manière dont les boissons gazéifiées de la Propriétaire sont préparées, arborent une marque et sont servies, il serait hypothétique de conclure qu'elles sont liées à la Marque au moment de la vente.

[41] De plus, rien dans la preuve n'indique si l'une quelconque des bouteilles ou l'un quelconque des contenants illustrés dans les images produites en pièce de vues intérieures de cafés contiennent des [TRADUCTION] « sirops aromatisants », des « mélanges à boissons liquides ou en poudre » ou des « colorants à café et nappages non laitiers » arborant la Marque et s'ils ont été vendus à des clients.

[42] Enfin, en ce qui concerne [TRADUCTION] « l'eau minérale », l'étiquette apposée sur la bouteille d'eau illustrée à la pièce D présente seulement une partie des lettres stylisées MO et LOC. Si j'applique les principes établis par la Cour d'appel fédérale dans *Canada (Registraire des marques de commerce) c Cie International pour l'informatique CII Honeywell Bull SA* (1985), 4 CPR (3d) 523 (CAF) et *Promafil Canada Ltée c Munsingwear Inc* (1992), 44 CPR (3d) 59, j'estime que les caractéristiques dominantes de la Marque telle qu'elle est enregistrée — les mots MOCA LOCA — n'ont pas été préservées dans ce dessin d'étiquette. Bien que les clients puissent percevoir la marque de commerce présentée sur l'étiquette comme étant une variante de la Marque, l'identité de la Marque n'a pas été préservée et la Marque telle qu'elle est enregistrée n'est pas reconnaissable en tant que telle.

[43] Cependant, la Marque est présentée telle qu'elle est enregistrée dans le menu de service de traiteur produit en pièce, qui inclut une inscription liée à de « [l']Eau Moca Loca 500 ml ». J'admets que cette inscription de menu donne un avis de liaison entre la Marque et l'eau en bouteille de la Propriétaire.

[44] En ce qui concerne le maintien de cet avis lors du transfert des produits à l'acheteur, la Marque est présentée dans l'inscription « Eau Moca Loca » figurant dans un des reçus de vente produits en pièce. Cependant, comme l'a fait remarquer la Partie requérante, ce reçu est postérieur à la période pertinente. Bien que le déposant décrive certaines pièces comme étant représentatives de la période pertinente, cette indication n'est aucunement donnée en ce qui concerne les reçus de vente produits en pièce. De plus, étant donné qu'un des reçus datant de la période pertinente montre une inscription partielle se rapportant à de [TRADUCTION] « l'eau » — pour laquelle le déposant ne fournit aucune explication — je ne suis pas disposée à tirer quelque inférence que ce soit à cet égard.

[45] Néanmoins, le registraire a déjà conclu que l'avis de liaison exigé peut être maintenu autrement que par la présentation de la marque de commerce sur des factures ou des emballages. À titre d'exemple, il a été établi que des factures présentant des numéros de modèle ou des codes de produits qui correspondent à des inscriptions de catalogues et qui servent à passer des commandes peuvent suffire à maintenir l'avis de liaison [voir *Rosenstein c Elegance Rolf Offergelt GmbH* (2005), 47 CPR (4th) 196 (COMC); et *Plastibec Inc c Newell Window Furnishings Inc*, 2011 COMC 106, 2011 CarswellNat 2653].

[46] En l'espèce, je suis convaincue que l'avis de liaison fourni dans le menu de service de traiteur est maintenu lorsque l'eau en bouteille est livrée, en raison de son étiquette. À cet égard, j'estime que les variantes de la Marque présentées sur l'étiquette s'apparentent à un numéro de produit ou à un code de modèle. Les clients peuvent comparer les éléments présentés sur l'étiquette de produit — comme MOCALOCACAFE.COM — aux inscriptions du menu de service de traiteur, liant ainsi le produit à de « [l']Eau Moca Loca » (plutôt qu'à de « [l']Eau Perrier », par exemple).

[47] En ce qui concerne la preuve que des boissons ont été vendues dans la pratique normale du commerce pendant la période pertinente, là encore, les reçus produits à la pièce H de l'affidavit Chakie établissent de telles ventes d'un certain nombre des boissons visées par l'enregistrement. En outre, à la lumière des déclarations du déposant à propos des ventes, et compte tenu du genre de l'entreprise de la Propriétaire et du nombre de cafés MOCA LOCA qui étaient alors exploités, je suis convaincue que les boissons figurant dans les menus et présentées dans les comptoirs de présentation illustrés en pièce ont été vendues au Canada pendant la période pertinente.

[48] En résumé, en ce qui concerne les boissons visées par l'enregistrement, je suis convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque au sens des articles 4 et 45 de la Loi en liaison avec les produits suivants seulement [TRADUCTION] : « Boissons sans alcool, notamment, boissons ... non gazéifiées; jus; eau minérale; boissons glacées, notamment boissons fouettées; café, thé; chocolat chaud. »

Articles de table

[49] Bien que M. Chakie affirme que les boissons sont généralement vendues aux consommateurs dans des gobelets en carton ou de grosses tasses en verre arborant la Marque et que des serviettes en papier arborant la Marque sont aussi généralement fournies aux clients, il n'y a aucune preuve que les gobelets, les grosses tasses ou les serviettes ont eux-mêmes été vendus ou ont autrement été transférés aux clients dans la pratique normale du commerce.

[50] Dans *Renaud Cointreau & Cie c Cordon Bleu International Ltd* (1993), 52 CPR (3d) 284 (COMC), au para 11, conf par (2000), 188 FTR 29 (CF 1^{re} inst), le registraire a affirmé que le terme « commerce » à l'article 4(1) de la Loi [TRADUCTION] « suppose un paiement ou un échange quelconque en contrepartie des marchandises fournies ou du moins que le transfert des marchandises fait partie d'une opération sur les marchandises effectuée dans le but de créer de l'achalandage et de retirer des profits des marchandises portant la marque ». Cependant, en l'espèce, il n'y a aucune preuve d'une opération sur des serviettes ni aucune preuve que des gobelets ont été vendus aux clients en tant qu'objets du commerce en eux-mêmes, séparément de ce à quoi ils sont destinés.

[51] À cet égard, je souligne que le menu de service de traiteur produit en pièce indique qu'une commande de café dans des contenants multiples comprend des gobelets jetables. Cependant, la vente de produits avec leurs contenants constitue seulement une vente du contenant dans la pratique normale du commerce si la preuve établit que les clients attribueront de la valeur aux contenants de sorte qu'ils seraient perçus comme un produit distinct à part entière [voir, à titre d'exemple, *Brett c Coors Global Properties, Inc* (2008), 68 CPR (4th) 58 (COMC) (des canettes de bière ne confèrent pas de valeur ajoutée); à la différence de *Impenco Ltd c Kabushiki Kaisha Hattori Seiko* (1999), 4 CPR (4th) 374 (CF 1^{re} inst) (des écrans de montre confèrent une valeur ajoutée); et *Doctor's Associates Inc c American Multi-Cinema Inc*, 2012 COMC 77 (COMC) (des contenants de repas spécialisés confèrent une valeur ajoutée)]. En l'espèce, bien que les gobelets jetables semblent être livrés vides, la preuve n'établit pas que les clients accordent de la valeur aux gobelets en dehors de la valeur qu'ils ont en tant que contenants du café acheté. En l'absence d'une telle preuve, je ne suis pas disposée à conclure que la présence de gobelets MOCA LOCA dans une livraison de café de services de traiteur constitue

une vente des produits [TRADUCTION] « tasses » visés par l'enregistrement en liaison avec la Marque dans la pratique normale du commerce.

[52] En outre, bien que M. Chakie affirme que les *franchisés* [TRADUCTION] « doivent acheter les produits de marque MOCA LOCA qui sont présentés dans cet affidavit », en l'absence d'autres renseignements, je ne suis pas disposée à admettre que les gobelets en carton, les grosses tasses en verre et les serviettes en papier illustrés dans les pièces ont fait partie des articles vendus aux franchisés pendant la période pertinente. À cet égard, le déposant ne décrit pas les gobelets en carton, les grosses tasses en verre et les serviettes en papier comme étant des [TRADUCTION] « produits », mais plutôt comme étant des articles [TRADUCTION] « utilisés » par la Propriétaire. On ne peut donc pas affirmer avec certitude que ces articles sont compris dans la mention subséquente par le déposant des [TRADUCTION] « produits » de marque. De plus, le déposant ne fournit pas de chiffres de vente se rapportant aux ventes faites aux franchisés, qui auraient pu clarifier ce que les franchisés achètent et ce qu'ils reçoivent gratuitement. À cet égard, il a été établi que la distribution gratuite d'articles promotionnels à des franchisés — contrairement à une vente faite à des franchisés — ne constitue pas un transfert de produits dans la pratique normale du commerce [voir *SMK Speedy International Inc c Petro-Canada*, 2006 CarswellNat 2125 (COMC)].

[53] De plus, bien que le déposant fournisse à la pièce L une image [TRADUCTION] « d'un sac en papier pour la revente de grains de café aux clients », le déposant ne précise pas si de tels sacs constituent les produits [TRADUCTION] « sacs ... pour aliments » visés par l'enregistrement ou si ces sacs ont été vendus ou ont autrement été transférés aux franchisés pendant la période pertinente.

[54] En conséquence, je ne suis pas convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque au sens des articles 4(1) et 45 de la Loi en liaison avec l'un quelconque des articles de table, à savoir des [TRADUCTION] « tasses », de la « verrerie, nommément verrerie pour boissons », des « articles en papier, nommément serviettes de table » ou des « articles en papier, nommément sacs en papier pour aliments ».

Produits accessoires

[55] M. Chakie affirme que la Propriétaire a vendu divers [TRADUCTION] « articles accessoires » arborant la Marque pendant la période pertinente, [TRADUCTION] « dont des bouteilles isothermes, de grosses tasses, des vêtements et des chapeaux ». Il fournit le total des chiffres de vente liés à cette catégorie de produits pour deux cafés MOCA LOCA, ainsi que des images représentatives de la manière dont ces produits arboraient la Marque pendant la période pertinente.

[56] Bien qu'un seul reçu de vente ait été fourni en ce qui concerne ces produits — se rapportant à un « Thermo [*sic*] plastique Moca Loca » — là encore, c'est la preuve dans son ensemble qui doit être considérée. En l'espèce, à la lumière des déclarations sous serment du déposant concernant les types d'articles accessoires réellement *vendus* pendant la période pertinente, et des images représentatives de la marque apposée sur ces produits, j'admets que les ventes [TRADUCTION] « d'articles accessoires » de la Propriétaire pendant la période pertinente ont inclus ces produits.

[57] Par conséquent, je suis convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque au sens des articles 4(1) et 45 de la Loi en liaison avec les produits [TRADUCTION] « bouteilles isothermes », « grosses tasses », « vêtements, nommément vêtements de loisirs, vêtements sport, chapeaux » et « matériel de promotion et articles de fantaisie, nommément stylos, grosses tasses, bouteilles isolantes » visés par l'enregistrement.

[58] En ce qui concerne les autres produits énumérés dans l'enregistrement, le déposant ne mentionne pas expressément l'un quelconque d'entre eux, sauf dans la reproduction du texte de l'enregistrement. Je ne suis pas non plus en mesure de repérer de mentions ou de représentations de ces produits dans les pièces fournies. Dans les circonstances, je ne suis pas disposée à inférer que l'un quelconque de ces autres produits a été inclus dans les ventes [TRADUCTION] « d'articles accessoires » compilées par la Propriétaire pendant la période pertinente ou que ces produits arboraient la Marque telle qu'elle est enregistrée.

Les Services

[59] L'affidavit Chakie fournit une preuve que la Marque a été présentée dans l'exécution et l'annonce de [TRADUCTION] « services de restaurant et services de café » ainsi que de [TRADUCTION] « services de vente au détail d'aliments, boissons, vêtements, articles pour boissons, cadeaux » pendant la période pertinente. Plus précisément, la Marque a été présentée sur des enseignes et des affiches et des tableaux de menu aux « café bistros » exploités par la Propriétaire et ses franchisés (pièces A, B et C); sur le site Web de la Propriétaire, y compris sur les menus pour emporter et de service de traiteur (pièces A, B et G); et sur des contenants pour aliments et pour boissons et des serviettes de table fournies aux clients pour utilisation au café et pour emporter (pièces E et F). La preuve démontre que, en plus de vendre des aliments et des boissons, les cafés ont également vendu des vêtements, des articles pour boissons et des cadeaux pendant la période pertinente, y compris des tee-shirts, de grosses tasses à couvercle et des cartes-cadeaux.

[60] Cependant, il n'y a aucune preuve que les produits vendus par la Propriétaire ou ses franchisés pendant la période pertinente ont inclus des [TRADUCTION] « articles de cuisine », de « petits appareils de cuisine » ou de la « vaisselle ».

[61] En ce qui concerne les [TRADUCTION] « services de vente au détail [de] ... cadeaux », malgré les observations de la Partie requérante à l'audience, j'estime que la preuve à cet égard n'est pas ambiguë. À la simple lecture de l'état déclaratif des services, je suis convaincue que la vente de [TRADUCTION] « cartes-cadeaux » correspond à des [TRADUCTION] « services de vente au détail [de] ... cadeaux ». Cependant, le déposant n'indique aucunement que la Propriétaire ou l'un quelconque de ses franchisés a fourni un service en lien avec [TRADUCTION] « l'enregistrement de cadeaux ».

[62] Contrairement à la preuve du déposant en ce qui concerne les [TRADUCTION] « services de vente au détail » susmentionnés, les seuls éléments de preuve en ce qui concerne les [TRADUCTION] « services de vente en gros » semblent être la déclaration du déposant selon laquelle les franchisés doivent acheter les [TRADUCTION] « produits de marque MOCA LOCA » présentés dans l'affidavit et la preuve que des [TRADUCTION] « [a]rticles en vrac comme les grains de café sont livrés aux franchisés dans des emballages arborant [la Marque] ».

[63] Cependant, comme je l'ai mentionné ci-dessus, le déposant ne fournit pas de chiffres de vente ou autres renseignements pour indiquer ce que signifient les [TRADUCTION] « produits de marque MOCA LOCA ». De plus, bien que des images des emballages en vrac actuels de la Propriétaire soient comprises dans les pièces fournies, le déposant n'indique pas si ces emballages sont représentatifs des emballages qui ont été utilisés pendant la période pertinente. Le déposant n'indique pas non plus la manière dont la Marque a été présentée en lien avec la vente en gros d'articles autres que les [TRADUCTION] « [a]rticles en vrac comme les grains de café » et, en particulier, des articles énoncés dans l'état déclaratif des services figurant dans l'enregistrement.

[64] De façon similaire, rien n'indique si les achats des franchisés ont été faits ou pourraient être faits par [TRADUCTION] « correspondance » pendant la période pertinente. Rien n'indique non plus que la Propriétaire ou ses franchisés ont vendu des produits de consommation au public par correspondance.

[65] En ce qui concerne l'entreprise et les services de franchisage de la Propriétaire, comme je l'ai souligné ci-dessus, la Marque est présentée sur la page Web de la Propriétaire annonçant ses services aux franchisés (pièce I). Malgré les observations de la Partie requérante à l'audience, là encore, j'estime que la preuve quant au genre des services de la Propriétaire n'est pas ambiguë à cet égard. Selon une interprétation raisonnable de la page Web produite en pièce, j'admets que l'aide au lancement offerte aux franchisés et l'aide liée aux ressources humaines comprennent des [TRADUCTION] « services de conseil en gestion de restaurants ». J'admets également que la formation sur les produits, les normes de sécurité et l'outil informatique de la Propriétaire comprend des [TRADUCTION] « services de formation et de conseil concernant l'équipement », surtout lorsque les franchisés démarrent avec un café entièrement équipé.

[66] En outre, j'admets d'emblée la déclaration sous serment du déposant selon laquelle les [TRADUCTION] « services de conseil en gestion » de la Propriétaire [TRADUCTION] « comprennent la conception de cafés et d'installations ». En effet, la déclaration présentée sur le site Web de la Propriétaire indiquant que les franchisés démarrent avec un café clé en main, tout équipé concorde avec le fait que la Propriétaire assure la conception des cafés et de leurs installations.

[67] En résumé, en ce qui concerne les services visés par l'enregistrement, je suis convaincue que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque au sens des articles 4(1) et 45 de la Loi en liaison avec les services suivants seulement [TRADUCTION] : « services de restaurant et de café »; « services de vente au détail d'aliments, boissons, vêtements, ... articles pour boissons, ... et cadeaux »; « services d'affaires, nommément services de conseil en gestion de restaurants »; « conception de cafés, restaurants, établissements et installations »; « services de franchisage »; et « services d'affaires, nommément services de formation et de conseil concernant l'équipement ».

DÉCISION

[68] Étant donné que la Propriétaire n'a fourni aucune preuve de circonstances spéciales justifiant le défaut d'emploi de la Marque au sens de l'article 45(3) de la Loi, l'enregistrement sera modifié pour supprimer les produits et les services pour lesquels l'emploi de la Marque n'a pas été établi.

[69] Compte tenu de tout ce qui précède, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi et selon les dispositions de l'article 45 de la Loi, l'enregistrement sera modifié afin de supprimer ce qui suit de l'état déclaratif des produits [TRADUCTION] :

- (1) ... [... boissons] gazéifiées; ... sirops aromatisants; mélanges à boissons liquides ou en poudre; ... danoises, ... tartinades à sandwiches; miel; vinaigrettes; ... chilis; ... charcuterie; filtres à café; tasses; supports à tasses et chariots.
- (2) Paniers à offrir contenant des fleurs, des articles-cadeaux et/ou des produits alimentaires et des boissons.
- (3) ... porte-documents.
- (4) Articles en papier, nommément sacs en papier pour aliments.
- (5) ... appareils, nommément cafetières, moulins à café; enregistrements, nommément disques compacts, bandes et DVD préenregistrés contenant de la musique et/ou des vidéos (ne contenant pas de logiciels); jouets, nommément figurines, jouets en peluche, poupées; publications et imprimés, nommément revues; articles en papier, nommément serviettes de table; ... sacs, nommément sacs de sport, sacs à dos, sacs d'épicerie; bonbons, chocolats, frittatas, quiches; sous-verres; ... verrerie, nommément verrerie pour

boissons; vaisselle; sous-plats; boîtes de cuisine; bourses, porte-documents et valises; colorants à café et nappages non laitiers.

et ce qui suit de l'état déclaratif des services (1) et (3) [TRADUCTION] :

(1) ... [services de] vente en gros [... d'aliments, boissons, vêtements, articles de cuisine, petits appareils de cuisine, articles pour boissons, vaisselle et cadeaux];

... [services de vente .. et au détail] d'articles de cuisine, petits appareils de cuisine, ... vaisselle ...;

service d'enregistrement de cadeaux.

(3) Services de vente par correspondance d'aliments, boissons, vêtements, articles de cuisine, petits appareils de cuisine, articles pour boissons, vaisselle et cadeaux

[70] L'état déclaratif des produits et des services modifié sera libellé comme suit

[TRADUCTION] :

PRODUITS

(1) Boissons sans alcool, notamment boissons non gazéifiées; jus; eau minérale; boissons glacées, notamment boissons fouettées; café, thé; chocolat chaud; produits alimentaires, notamment produits de boulangerie-pâtisserie et desserts assortis, notamment gâteaux, tartes, biscuits, croissants, pain, strudels, pavés, muffins, scones, bagels, gaufres, biscottes, tartelettes; soupes; salades; fruits et légumes; produits d'épicerie fine, notamment sandwiches, sandwiches roulés; plats cuisinés de viande, au fromage et/ou de légumes.

(3) Bouteilles isothermes.

(5) Vêtements, notamment vêtements de loisirs, vêtements sport, chapeaux; matériel de promotion et articles de fantaisie, notamment stylos, grosses tasses, bouteilles isolantes; grosses tasses.

SERVICES

- (1) Services de restaurant et de café; services de vente au détail d'aliments, boissons, vêtements, articles pour boissons et cadeaux.
- (2) Services d'affaires, notamment services de conseil en gestion de restaurants.
- (3) Conception de cafés, restaurants, établissements et installations; services de franchisage.
- (4) Services d'affaires, notamment services de formation et de conseil concernant l'équipement.

Oksana Osadchuk
Agente d'audience
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Marie-Pierre Héту, trad.

**COMMISSION DES OPPOSITIONS DES MARQUES DE COMMERCE
OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA
COMPARUTIONS ET AGENTS INSCRITS AU DOSSIER**

DATE DE L'AUDIENCE : 2017-10-26

COMPARUTIONS

Aucune comparution

POUR LA PROPRIÉTAIRE
INSCRITE

Gabriel St-Laurent

POUR LA PARTIE
REQUÉRANTE

AGENT(S) AU DOSSIER

Shapiro Cohen LLP

POUR LA PROPRIÉTAIRE
INSCRITE

ROBIC

POUR LA PARTIE
REQUÉRANTE