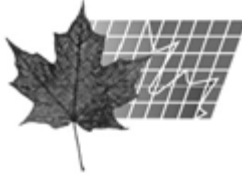


O P I C



C I P O

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

Référence : 2020 COMC 101

Date de la décision : 2020-08-31

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]**

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

Thor Tech, Inc.

Partie requérante

et

Hyundai Auto Canada Corp.

Propriétaire inscrite

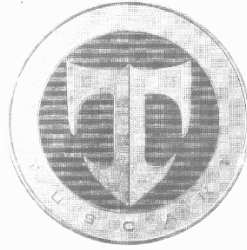
617,580 pour TUSCANI

Enregistrements

638,321 pour TUSCANI & Dessin

INTRODUCTION

[1] Le 6 avril 2018, à la demande de Thor Tech, Inc. (la Partie requérante), le registraire des marques de commerce a émis des avis en vertu de l’article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi) à Hyundai Auto Canada Corp. (la Propriétaire), propriétaire inscrite des enregistrements n° LMC617,580 pour la marque de commerce TUSCANI (la Marque nominale) et n° LMC638,321 pour la marque de commerce TUSCANI & Dessin (la Marque figurative; collectivement, les Marques). La Marque figurative est reproduite ci- dessous :



[2] Les Marques sont enregistrées pour emploi en liaison avec les produits suivants :

Automobiles et pièces connexes, et accessoires, notamment emblèmes, bandes décoratives pour portes, bandes décoratives pour carrosserie, anneaux décoratifs pour roues, nécessaires de phares anti-brouillard, calandres sport, housses de volants, toits ouvrants, enjoliveurs de roues, nécessaires à déflecteurs et de pose de bandes, ailettes paresoleil, ailettes pour lave-pare-brise, bavettes de plage arrière, jupes avant, porte-bagages sport, lecteurs de CD stéréophoniques AM/FM, lecteurs de cassettes stéréophoniques AM/FM, auto-radios AM/FM, ensembles de haut-parleurs, haut-parleurs, carpettes d'auto, ensembles de carpettes en sisal, ensembles de carpettes en caoutchouc, boutons de débrayage, abat-vent de capot, nécessaires à effet de sol, coussinets protecteurs pour clés, tee-shirts, vestes, polos de golf, casquettes de base-ball, chaînettes porte-clés, stylos.

[3] Pour les raisons qui suivent, je conclus qu'il y a lieu de maintenir en partie les enregistrements.

[4] Les avis enjoignaient à la Propriétaire d'indiquer, à l'égard des produits visés par l'enregistrement, si les Marques ont été employées au Canada à un moment quelconque au cours des trois années précédant immédiatement la date de l'avis et, dans la négative, qu'elle précise la date à laquelle les Marques ont ainsi été employées en dernier lieu et la raison de leur défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour établir l'emploi s'étend du 6 avril 2015 au 6 avril 2018.

[5] La définition pertinente d'emploi en l'espèce est énoncée à l'article 4(1) de la Loi 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.

[6] Il est bien établi que de simples déclarations selon lesquelles une marque de commerce est employée ne sont pas suffisantes pour établir l'emploi dans le cadre d'une procédure en vertu de 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 cette procédure 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 Registrare 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 spécifiés dans l'enregistrement pendant de la période pertinente [*John Labatt Ltd c Rainer Brewing Co* (1984), 80 CPR (2d) 228 (CAF) (*John Labatt*)].

[7] En réponse aux avis du registraire, la Propriétaire a produit les affidavits de Michel Poirier, souscrits le 15 novembre 2018. Les deux affidavits sont essentiellement identiques. Les deux parties ont produit des observations écrites et ont été représentées à l'audience.

PREUVE DE LA PROPRIÉTAIRE

[8] M. Poirier affirme qu'il est directeur du service à la clientèle pour la Propriétaire depuis novembre 2016. Il explique que la Propriétaire a vendu des automobiles en liaison avec les marques de commerce HYUNDAI et TIBURON entre 1996 et 2010, et que le modèle coupé sport de l'automobile TIBURON a également employé les Marques. Il affirme que les concessionnaires de la Propriétaire vendent des automobiles neuves et d'occasion HYUNDAI [TRADUCTION] « dans la pratique normale du commerce pour les automobiles de Hyundai Canada », et que « [d]es tiers vendent également des automobiles d'occasion HYUNDAI, ce qui est aussi la pratique normale du commerce pour les automobiles d'occasion ».

[9] De plus, M. Poirier explique que, dans la pratique normale du commerce, les concessionnaires de la Propriétaire vendent des pièces et des accessoires au grand public ainsi qu'aux mécaniciens et aux garages; ces pièces et accessoires sont commandés par les revendeurs au moyen d'un catalogue en ligne et distribués par une entreprise de distribution de pièces affiliée à la Propriétaire. Il affirme que les concessionnaires doivent signer un contrat de

concessionnaire et un contrat de licence qui énonce les droits d'un concessionnaire d'employer les marques de commerce de la Propriétaire, et que la Propriétaire exerce un contrôle strict sur l'emploi des marques de commerce de la Propriétaire par les concessionnaires.

[10] M. Poirier affirme que même si la Propriétaire [TRADUCTION] « ne vend pas actuellement de nouvelles automobiles TIBURON, ses concessionnaires vendent effectivement des automobiles d'occasion qui pourraient inclure des automobiles TIBURON d'occasion de temps à autre dans la pratique normale du commerce ». Il affirme que d'autres entités continuent de vendre des véhicules d'occasion en liaison avec les Marques [TRADUCTION] « dans la pratique normale du commerce des automobiles » et que, par conséquent, les pièces et les accessoires continuent d'être demandés pour de telles automobiles. Comme Pièces A à F, il joint des imprimés provenant de sites Web de véhicules d'occasion comme *autofrenzy.ca*, *usedvictoria.com* et *usednanaimo.com* montrant des automobiles HYUNDAI TIBURON TUSCANI à vendre au Canada pendant la période pertinente. Dans le cas des inscriptions de *usedvictoria.com*, une capture d'écran jointe comme Pièce D montre la section d'information de l'annonce jointe comme Pièce C, indiquant que l'annonce a expiré en août 2017 et que le véhicule était inscrit comme étant [TRADUCTION] « VENDU ».

[11] Comme Pièces G à K, M. Poirier joint un certain nombre de pièces physiques, soit les suivantes :

- comme Pièce G, un [TRADUCTION] « ensemble avec capsule – moyeu de roue », qui est un petit bouchon circulaire en métal et en plastique affichant les Marques, que M. Poirier met en corrélation avec le produit visé par l'enregistrement « enjoliveur de roues »;
- comme Pièce H, un emblème destiné à l'arrière d'une automobile, montrant le mot TUSCANI;
- comme Pièces I et J, un [TRADUCTION] « assemblage de marque – capot » et un « assemblage de marque – hayon », qui sont toutes deux des capsules circulaires en métal et en plastique affichant les Marques, que M. Poirier met en corrélation avec le produit visé par l'enregistrement « emblème »;
- comme Pièce K, un stylo de peinture à retouche montrant les mots « Tuscani Yellow » [Tuscani Jaune] et incluant le descripteur « pen » [stylo] dans le mode d'emploi imprimé sur l'étiquette.

[12] Comme Pièces L à JJ, M. Poirier joint un certain nombre de factures indiquant les ventes de produits aux concessionnaires de la Propriétaire au Canada pendant la période pertinente. Les numéros de produit correspondant à chacun des articles joints comme Pièces G à K figurent sur ces factures; je remarque que les inscriptions de produits comprennent le mot « TUSCANI » ainsi que les numéros de produits correspondant à l’emblème de la Pièce H et au stylo de retouche de la Pièce K; de plus, les inscriptions de cette dernière comprennent le descripteur « T/U PEN » [STYLO À RETOUCHE]. M. Poirier affirme que ces factures accompagnaient les produits respectifs au moment du transfert.

[13] À ce titre, M. Poirier affirme que la Propriétaire a employé les Marques en liaison avec des [TRADUCTION] « automobiles et pièces connexes, et accessoires, nommément emblèmes, enjoliveurs de roues et stylos ».

[14] En dernier lieu, comme Pièce KK, M. Poirier inclut une copie certifiée de l’historique du dossier d’une demande présentée par la Partie requérante pour la marque de commerce « TUSCANY » en liaison avec des « véhicules de plaisance, nommément caravanes motorisées ». Il conclut en affirmant que ces procédures semblent avoir été entamées dans le contexte d’un différend entre la Partie requérante et la Propriétaire.

ANALYSE

[15] D’emblée, la mention dans la preuve de M. Poirier d’une demande d’enregistrement de marque de commerce de la part de la Partie requérante et toute observation à son égard, ainsi que tout différend subséquent, ne seront pas pris en considération. Bien qu’un tel différend puisse exister entre les parties, l’article 45 de la Loi indique clairement qu’« une personne » peut demander la délivrance d’un avis en vertu de l’article 45; par conséquent, rien n’empêchait la Partie requérante de demander au registraire d’émettre les avis dans le cadre de la présente instance, et le registraire n’a pas non plus conclu qu’il y avait lieu de refuser d’envoyer de tels avis. La seule question à trancher dans une procédure de radiation en vertu de l’article 45 est celle de savoir si une marque de commerce a été employée au sens de la Loi; à ce titre, la motivation de la Partie requérante n’est pas un facteur à considérer en général [voir *Conorzio del Prosciutto di Parma c Maple Leaf Foods Inc*, 2010 COMC 52, au para 20; *Norton Rose Fulbright Canada c VSL Canada Ltd*, 2016 COMC 68, au para 30].

[16] À titre d'élément préliminaire supplémentaire, je fais remarquer qu'à l'audience, la Propriétaire a indiqué qu'elle cherchait seulement à démontrer l'emploi de la Marque nominale en liaison avec les produits visés par l'enregistrement « automobiles et pièces connexes, et accessoires, notamment emblèmes, enjoliveurs de roues et stylos », et l'emploi de la Marque figurative en liaison avec les produits visés par l'enregistrement « automobiles et pièces connexes, et accessoires, notamment emblèmes, enjoliveurs de roues ». Comme rien dans la preuve n'indique l'existence de circonstances spéciales justifiant le non-emploi, les produits restants seront radiés des enregistrements.

[17] La Partie requérante fait valoir que la Propriétaire n'a pas démontré l'emploi des marques en liaison avec l'un des produits visés par l'enregistrement. En ce qui concerne les automobiles, la Partie requérante affirme que toute vente présumée d'automobiles d'occasion par des tiers au moyen de sites Web de tiers n'a pas été corroborée par des preuves documentaires, n'est pas des ventes dans la pratique normale du commerce de la Propriétaire et ne s'applique pas au profit de la Propriétaire.

[18] En réponse, la Propriétaire soutient que la pratique normale du commerce peut être considérée comme une chaîne de distribution commençant par le fabricant et se terminant par les ventes au public par les détaillants, citant *Manhattan Industries Inc c Princeton Manufacturing Ltd* (1971), 4 CPR (2d) 6 (CF 1^{re} inst). Bien que l'affidavit de M. Poirier fasse la distinction entre les véhicules d'occasion vendus par les concessionnaires de la Propriétaire comme faisant partie de la [TRADUCTION] « pratique normale du commerce des automobiles [de la Propriétaire] » et les ventes par des tiers comme faisant partie de la [TRADUCTION] « pratique normale du commerce des automobiles d'occasion », la Propriétaire soutient que cette dernière est suffisante pour satisfaire aux exigences des articles 4 et 45 de la Loi. À l'appui de cette proposition, la Propriétaire soutient qu'il n'est pas pertinent que la Propriétaire n'ait pas réalisé de profit sur de telles transactions de tiers, suivant *Cosmetic Warriors Limited c. Riches, McKenzie & Herbert LLP*, 2019 CAF 48 (*Cosmetic Warriors*), et que la question de savoir si les ventes s'appliquaient au profit de la Propriétaire est une question de caractère distinctif qui échappe à la portée de la procédure prévue à l'article 45, suivant *United Grain Growers Ltd c. Lang Michener*, 2001 CAF 66.

[19] Il est établi dans le droit que l'emploi d'une marque de commerce au sens des articles 4 et 45 de la Loi doit être fait par le propriétaire inscrit de cette marque de commerce ou par une autre personne dont l'emploi s'est appliqué au profit du propriétaire, même si le libellé de la Loi ne le précise pas expressément [*Lindy c Canada (Registraire des marques de commerce)* (1981), 57 CPR (2d) (CF 1^{re} inst), aux para 13 à 19 (*Lindy*), infirmée pour d'autres motifs [1999] ACF n° 682 (CAF); *Star-Kist Foods Inc c Canada (Registraire des marques de commerce)* (1988), 20 CPR (3d) 46 (CAF), au para 11; *BCF SENCRL c Spirits International BV*, 2012 CAF 131, au para 7; *Live! Holdings, LLC c Oyen Wiggs Green & Mutala LLP*, 2020 CAF 120, au para 21]. En d'autres termes, un propriétaire inscrit ne peut démontrer l'emploi de sa marque de commerce par un « étranger » pour maintenir son enregistrement dans une procédure prévue à l'article 45 [*Lindy*, au para 19]. Par conséquent, la question de savoir si l'emploi d'une marque de commerce s'applique à un propriétaire inscrit ou peut être invoqué par ce dernier n'est pas une question de caractère distinctif de la marque de commerce, comme le suggère la Propriétaire, mais une question centrale de la procédure prévue à l'article 45. La présente affaire peut être distinguée de l'affaire *Cosmetic Warriors* citée par la Propriétaire, car cette affaire concernait un titulaire de licence qui fournissait les produits en question à ses employés gratuitement ou à prix coûtant, plutôt qu'une transaction privée entre des tiers non liés à la Propriétaire ou à ses titulaires de licence.

[20] En l'espèce, M. Poirier n'indique pas que les concessionnaires autorisés de la Propriétaire ont vendu des automobiles en liaison avec les Marques pendant la période pertinente. Au lieu de cela, il affirme simplement que [TRADUCTION] « ses concessionnaires vendent effectivement des automobiles d'occasion qui pourraient inclure des automobiles TIBURON d'occasion de temps à autre dans la pratique normale du commerce »; je fais remarquer que cette déclaration ne fait référence ni aux automobiles vendues en liaison avec les Marques ni à la période pertinente. De plus, il est clair, d'après le libellé de l'affidavit de M. Poirier, que les ventes d'automobiles d'occasion par des tiers ne font pas partie de la pratique normale du commerce de la Propriétaire. En l'absence de preuve selon laquelle il existait une relation licence entre la Propriétaire et les vendeurs tiers, je ne peux conclure qu'un emploi des Marques par les vendeurs tiers mentionnés dans la preuve de la Propriétaire s'appliquerait à la Propriétaire.

[21] Quoi qu'il en soit, comme l'a fait remarquer la Partie requérante, les captures d'écran de sites Web de tiers sont jointes par M. Poirier pour attester de la véracité de leur contenu; en outre, des trois inscriptions jointes à l'affidavit, une seule (l'inscription de *usedvictoria.com* montrée aux Pièces C et D) contient une indication que l'automobile annoncée a été effectivement vendue, et ce, uniquement par le seul mot [TRADUCTION] « VENDU » dans la section d'information de l'annonce. Compte tenu de la nature sommaire de la procédure prévue à l'article 45, bien que « [t]oute préoccupation quant au fait que [l]a preuve constitue du oui- dire devrait être dirigée vers le poids de celle-ci, plutôt que son admissibilité » [*Eva Gabor International Ltd c 1459243 Ontario Inc*, 2011 CF 18, au para 18], en l'absence de tout autre détail sur la vente de cette automobile, je ne suis pas disposé à accorder plus qu'un certain poids à ces documents.

[22] En ce qui concerne les enjoliveurs de roues, la Partie requérante fait valoir que la définition du terme [TRADUCTION] « enjoliveur de roues » dans le *Collins English Dictionary* est [TRADUCTION] « parure de luxe des roues de véhicules à moteur : plus grand qu'un chapeau de roue », alors que le moyeu ou chapeau de roue joint comme Pièce G ne recouvre que la partie centrale de la roue et n'est donc pas un enjoliveur de roues. De même, en ce qui concerne les emblèmes, la Partie requérante fait remarquer que les assemblages de marque des Pièces I et J ne sont pas étiquetés comme étant des emblèmes sur les emballages dans lesquels ces produits sont distribués ou sur les factures. En réponse, la Propriétaire fait valoir que les enregistrements peuvent être confirmés même si le libellé utilisé pour faire référence aux produits en question a peut-être changé au fil du temps et qu'une analyse méticuleuse du libellé d'un enregistrement n'est pas indiquée dans la procédure prévue à l'article 45, citant *Conseil canadien des ingénieurs c ING LORO PIANA & C SPA*, 2009 CF 1096; et *Fetherstonhaugh & Co c ConAgra Inc* (2002), 23 CPR (4th) 49 (CF 1^{re} inst).

[23] Je suis d'accord avec la Propriétaire sur ce point. Il est un principe bien établi que, lorsqu'on interprète un état déclaratif des produits ou services dans une procédure visée à l'article 45, il faut se garder « d'examiner avec un soin méticuleux le langage utilisé » [*voir Aird & Berlis LLP c Levi Strauss & Co*, 2006 CF 654, au para 17]. En l'espèce, étant donné que le moyeu de roue est un produit qui recouvre une partie d'une roue, je suis convaincu que l'emploi des Marques en liaison avec ce produit appuierait l'emploi en liaison avec les produits visés par

l'enregistrement « enjoliveurs de roues ». De même, je suis convaincu que les assemblages de marques affichant la Marque figurative peuvent logiquement être considérés comme appartenant à la catégorie des emblèmes. En conséquence, je suis convaincu que l'emploi des Marques en liaison avec ces produits appuierait l'emploi en liaison avec les produits visés par l'enregistrement « emblèmes ».

[24] La Partie requérante soutient en outre que l'affichage de la Marque figurative ne constituerait pas un affichage de la Marque nominale, même si le mot « TUSCANI » constitue une partie de la Marque figurative, puisque le public ne percevrait pas la Marque nominale comme étant distincte de la Marque figurative composite.

[25] L'emploi d'une marque nominale en conjugaison avec d'autres mots ou éléments graphiques constitue un emploi de la marque nominale si le public, sous le coup de la première impression, y voit un emploi de la marque nominale en soi [*Nightingale Interloc Ltd c Prodesign Ltd* (1984), 2 CPR (3d) 535 (COMC); voir également 88766 *Canada Inc c National Cheese Co* (2002), 24 CPR (4th) 410 (COMC)]. Rien n'empêche l'affichage d'une marque nominale dans de tels cas en combinaison avec des éléments de dessin [voir *Cox & Palmer c PB Brands Inc*, 2018 COMC 15, au para 22], et rien dans la Loi n'empêche un propriétaire de marque de commerce d'employer plus d'une marque de commerce en même temps en liaison avec les mêmes produits [*AW Allen Ltd c Warner-Lambert Canada Inc* (1985)), 6 CPR (3d) 270 (CF 1^{re} inst) et *Conseil canadien des ingénieurs c Ardex Inc* (2001), 13 CPR (4th) 554 (COMC)]. Enfin, l'emploi d'une marque nominale peut être appuyé par l'emploi d'une marque figurative composite comportant la marque nominale et d'autres éléments [voir *Lion Global Investors Ltd c Lion Capital LLP*, 2012 COMC 252, au para 17; *Alpina Salami Inc c Alpina Productos Alimenticios SA*, 2011 COMC 57, au para 16].

[26] En l'espèce, la Marque figurative affiche clairement le mot TUSCANI sous l'élément de dessin d'une manière qui se distingue de l'élément de dessin. Ainsi, je suis convaincu que tout emploi de la Marque figurative constitue également un emploi de la Marque nominale.

[27] En dernier lieu, en ce qui concerne les stylos, la Partie requérante fait valoir que les Marques ne figurent pas sur les stylos eux-mêmes, sur leurs emballages ou sur les factures. En outre, à l'audience, la Partie requérante a fait valoir qu'étant donné que l'interprétation courante

d'un stylo est celle d'un stylo de papeterie, puisque l'inscription des stylos dans l'enregistrement suit des produits promotionnels comme des tee-shirts et des chaînettes porte-clés, il devrait être entendu que les produits visés par l'enregistrement « stylos » désignent des stylos de papeterie. En réponse, la Propriétaire fait valoir que la Marque nominale est affichée sur l'étiquette du stylo et sur les factures de tels stylos, tout comme le terme [TRADUCTION] « stylo ». Encore une fois, je suis d'accord avec la Propriétaire sur ce point, d'autant plus que le stylo de retouche est décrit comme un [TRADUCTION] « stylo » à la fois sur le produit lui-même et sur les factures. Étant donné que la Marque nominale est affichée sur le stylo et que la facture produite en preuve par la Propriétaire montre des ventes de tels stylos à des détaillants au Canada au cours de la période pertinente, je suis convaincu que la Propriétaire a démontré l'emploi de la Marque nominale en liaison avec les produits visés par l'enregistrement « stylos » au sens de la Loi.

[28] En somme, la preuve de la Propriétaire montre que la Marque nominale est affichée sur les produits correspondant aux produits visés par l'enregistrement « emblèmes », « enjoliveurs de roues » et « stylos », et que la Marque figurative est affichée sur les produits correspondant aux produits visés par l'enregistrement « emblèmes » et « enjoliveurs de roues ». De plus, la Propriétaire a produit en preuve une facture montrant qu'elle a transféré de tels produits à ses revendeurs dans la pratique normale du commerce au Canada pendant la période pertinente. En conséquence, je suis convaincu que la Propriétaire a établi l'emploi de la Marque nominale en liaison avec des « accessoires, nommément emblèmes, enjoliveurs de roues, stylos », et l'emploi de la Marque figurative en liaison avec des « accessoires, nommément emblèmes, enjoliveurs de roues », au sens de la Loi.

[29] À l'inverse, je ne suis pas convaincu que la Propriétaire ait montré l'emploi des Marques en liaison avec les produits visés par l'enregistrement « automobiles » ou « pièces connexes ». En ce qui concerne ce dernier produit, il est bien établi qu'un propriétaire inscrit doit établir une preuve *prima facie* de l'emploi de la marque de commerce en liaison avec chacun des produits précisés dans l'enregistrement [*John Labatt*; voir aussi *Diamant Elinor Inc c 88766 Canada Inc*, 2010 CF 1184]. Étant donné que la Propriétaire a choisi d'inscrire séparément les produits « pièces connexes » et « accessoires, nommément [...] » dans l'enregistrement, il en découle que les produits visés par l'enregistrement « pièces » font référence à des produits autres que les accessoires énumérés dans l'enregistrement; toutefois, M. Poirier n'atteste pas que les Marques

ont été employées par la Propriétaire ou ses titulaires de licence en liaison avec des produits autres que ceux qu'il met en corrélation avec des emblèmes, des enjoliveurs de roues et des stylos. Comme rien dans la preuve n'indique l'existence de circonstances spéciales justifiant le non-emploi, les produits visés par l'enregistrement « automobiles » et « pièces connexes » seront radiés de l'enregistrement.

DÉCISION

[30] Compte tenu de 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 conformément aux dispositions de l'article 45 de la Loi, l'enregistrement pour la Marque nominale sera modifié afin de supprimer les produits visés par l'enregistrement suivants :

Automobiles et pièces connexes, et [...] bandes décoratives pour portes, bandes décoratives pour carrosserie, anneaux décoratifs pour roues, nécessaires de phares anti-brouillard, calandres sport, housses de volants, toits ouvrants [...] nécessaires à déflecteurs et de pose de bandes, ailettes paresoleil, ailettes pour lave-pare-brise, bavettes de plage arrière, jupes avant, porte-bagages sport, lecteurs de CD stéréophoniques AM/FM, lecteurs de cassettes stéréophoniques AM/FM, auto-radios AM/FM, ensembles de haut-parleurs, haut-parleurs, carpettes d'auto, ensembles de carpettes en sisal, ensembles de carpettes en caoutchouc, boutons de débrayage, abat-vent de capot, nécessaires à effet de sol, coussinets protecteurs pour clés, tee-shirts, vestes, polos de golf, casquettes de base-ball, chaînettes porte-clés, [...]

[31] L'état déclaratif des produits modifié pour la Marque nominale sera libellé comme suit :

Accessoires, nommément emblèmes, enjoliveurs de roues, stylos.

[32] De même, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi et conformément aux dispositions de l'article 45 de la Loi, l'enregistrement pour la Marque figurative sera modifié afin de supprimer les produits visés par l'enregistrement suivants :

Automobiles et pièces connexes, et [...] bandes décoratives pour portes, bandes décoratives pour carrosserie, anneaux décoratifs pour roues, nécessaires de phares anti-brouillard, calandres sport, housses de volants, toits ouvrants [...] nécessaires à déflecteurs et de pose de bandes, ailettes paresoleil, ailettes pour lave-pare-brise, bavettes de plage arrière, jupes avant, porte-bagages sport, lecteurs de CD stéréophoniques AM/FM, lecteurs de cassettes stéréophoniques AM/FM, auto-radios AM/FM, ensembles

de haut-parleurs, haut-parleurs, carpettes d'auto, ensembles de carpettes en sisal, ensembles de carpettes en caoutchouc, boutons de débrayage, abat-vent de capot, nécessaires à effet de sol, coussinets protecteurs pour clés, tee-shirts, vestes, polos de golf, casquettes de base-ball, chaînettes porte-clés, stylos.

[33] L'état déclaratif des produits modifié pour la Marque figurative sera libellé comme suit :

Accessoires, nommément emblèmes, enjoliveurs de roues.

G.M. Melchin
Agent d'audience
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
François Cyrenne, trad. a.

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

DATE DE L'AUDIENCE 2020-08-10

COMPARUTIONS

Dale E. Schlosser

Pour la Propriétaire inscrite

Michelle Easton

Pour la Partie requérante

AGENTS AU DOSSIER

Sprigings Intellectual Property Law

Pour la Propriétaire inscrite

Gowling WLG (Canada) LLP

Pour la Partie requérante