



Office de la propriété intellectuelle du Canada

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE

Référence : 2024 COMC 88

Date de la décision : 2024-05-06

[TRADUCTION FRANÇAISE CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

DANS L'AFFAIRE D'UNE OPPOSITION

Opposante : Rose Lifescience Inc.

Requérante : BlackRose Reserve Inc.

Demande : 1915902 pour BLACKROSE RESERVE

INTRODUCTION

[1] Rose Lifescience Inc. (l'Opposante) s'oppose à l'enregistrement de la marque de commerce BLACKROSE RESERVE (la Marque), qui fait l'objet de la demande d'enregistrement n° 1915902 produite par BlackRose Reserve Inc. (la Requérante).

[2] L'enregistrement de la Marque est demandé en liaison avec un large éventail de produits et services, y compris des produits agricoles, des produits de soins personnels, des produits de cannabis, des vêtements, des boissons alcoolisées et non alcoolisées, la vente de gros et de détail de cannabis, l'offre d'emballage pour le cannabis, la sélection et la culture du cannabis et des services de réseautage social (les Produits et Services). Une liste complète des Produits et Services est jointe à l'Annexe A.

[3] L'opposition est fondée sur plusieurs motifs, dont la majorité est fondée sur une allégation de confusion avec les marques de commerce formées de ROSE de l'Opposante (les Marques ROSE), antérieurement employées, visées par une demande et enregistrées au Canada. Une liste complète des 13 Marques ROSE est jointe à l'Annexe B.

[4] Pour les raisons exposées ci-dessous, je rejette l'opposition.

LE DOSSIER

[5] La demande pour la Marque a été produite le 21 août 2018 et a été annoncée aux fins d'opposition le 22 décembre 2021.

[6] Le 22 juin 2022, l'Opposante s'est opposée à la demande en produisant une déclaration d'opposition en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13, telle qu'amendée le 17 juin 2019 (la Loi).

[7] La Requérante a produit une contre-déclaration niant les motifs d'opposition.

[8] À l'appui de son opposition, l'Opposante a produit l'affidavit de Mathilde Garneau Le Bel, exécuté le 22 décembre 2022 (l'Affidavit Le Bel). Pour sa part, la Requérante a produit l'affidavit de Kyle Rozon, assermenté le 19 avril 2023 (l'Affidavit Rozon). Aucun contre-interrogatoire n'a été mené.

[9] Les deux parties ont produit des observations écrites. Aucune audience n'a été tenue.

APERÇU DE LA PREUVE

Preuve de l'Opposante – L'Affidavit Le Bel

[10] M^{me} Le Bel est une parajuriste dans le domaine des marques de commerce pour l'agent de l'Opposante.

[11] L’Affidavit Le Bel contient une description de recherches, et leurs résultats, dans la base de données de marques de commerce Strategis pour chacune des 13 Marques ROSE de l’Opposante.

Preuve de la Requérante* □ – *L’Affidavit Rozon

[12] M. Rozon est le vice-président des finances de la Requérante, un poste qu’il a occupé depuis juillet 2018.

[13] M. Rozon a mené des recherches Internet à l’aide du site Web *google.ca* dans le but d’identifier les entités qui exploitent des dispensaires de cannabis au Canada ou qui produisent ou vendent des produits de cannabis sous un nom contenant le mot ROSE ou une représentation visuelle d’une rose.

[14] L’Affidavit Rozon contient un tableau avec les sites Web consultés et des captures d’écran des pages Web consultées par M. Rozon.

FARDEAU DE PREUVE ET FARDEAU ULTIME

[15] Conformément aux règles de preuve habituelles, l’Opposante a le fardeau de preuve initial d’établir les faits sur lesquels elle appuie les allégations plaidées dans la déclaration d’opposition [*John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd*, 1990 CarswellNat 1053 (CF)]. L’imposition d’un fardeau de preuve à l’Opposante à l’égard d’une question donnée signifie que, pour que cette question soit examinée, il doit exister une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l’existence des faits allégués à l’appui de cette question [John Labatt, à la p 298].

[16] La Requérante a le fardeau ultime de démontrer que la demande d’enregistrement ne contrevient pas aux dispositions de la Loi ainsi que l’allègue l’Opposante dans le cas des allégations à l’égard desquelles l’Opposante s’est acquittée de son fardeau de preuve. L’imposition d’un fardeau ultime à la Requérante signifie que, s’il est impossible d’arriver à une conclusion déterminante une fois que

l'ensemble de la preuve a été examinée, la question doit être tranchée à l'encontre de la Requérante.



ANALYSE DES MOTIFS D'OPPOSITION

Articles 38(2)b) et 12(1)d) – Enregistrabilité

[17] L'Opposante plaide que la Marque n'est pas enregistrable puisqu'elle crée de la confusion avec les enregistrements de l'Opposante pour des marques de commerce contenant le mot ROSE.

[18] La date pertinente pour ce motif d'opposition est la date de la décision du registraire [*Park Avenue Furniture Corp c Wickes/Simmons Bedding Ltd*, 1991 CanLII 11769, 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[19] J'ai exercé mon pouvoir discrétionnaire pour confirmer que les enregistrements suivants invoqués par l'Opposante (les Marques ROSE déposées) appartiennent à l'Opposante et existent encore [*Quaker Oats Co Ltd of Canada c Menu Foods Ltd* (1986), 11 CPR (3d) 410 (COMC)].

Marque de commerce	N° d'enregistrement (n° de demande)
ROSE SCIENCEVIE	1,088,504 (demande n° 1,896,125)
ROSE LIFE SCIENCE VIE (& DESSIN) 	1,123,553 (demande n° 1,932,902)
ROSE LIFE SCIENCE (& DESSIN) 	1,128,688 (demande n° 1,932,903)
ROSE SCIENCE VIE (& DESSIN)	1,088,503 (demande n° 1,932,904)



[20] Une liste complète de produits et services liés aux Marques ROSE déposées est jointe comme Annexe C. Il vaut noter que les produits et services liés à chacune des Marques ROSE déposées sont identiques, à l'exception de l'enregistrement n° 1,088,504, lequel ne comprend pas les produits [TRADUCTION] « Extraits de marijuana et de cannabis, nommément résines naturelles ».

[21] Comme l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve à l'égard de ce motif d'opposition, je dois déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime de prouver, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion entre la Marque et les Marques ROSE déposées.

[22] Dans l'application du test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles qui sont expressément énumérées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce ou noms commerciaux, et la mesure dans laquelle ils sont devenus connus; b) la période pendant laquelle les marques de commerce ou noms commerciaux ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce ou les noms commerciaux, notamment dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'ils suggèrent. Il n'est pas nécessaire d'attribuer un poids égal à ces facteurs énumérés [voir, en général, *Mattel USA Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22 et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27]. De plus, dans *Masterpiece*, la Cour suprême du Canada a déclaré que le degré de ressemblance entre les marques de commerce est souvent celui qui revêt le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion.

[23] Toutefois, l'article 6(2) de la Loi ne concerne pas la confusion entre les marques de commerce elles-mêmes, mais la confusion entre des produits ou services provenant d'une source qui est considérée comme provenant d'une autre source. En l'espèce, la question posée par l'article 6(2) est de savoir s'il y aurait confusion entre les Produits et Services vendus sous la Marque de telle sorte qu'ils seraient considérés comme fabriqués, autorisés ou approuvés par l'Opposante.

[24] Enfin, conformément au tableau ci-dessus, l'Opposante invoque trois enregistrements de marques figuratives et un enregistrement de marque nominale. J'estime que la marque nominale déposée ROSE SCIENCEVIE (la Marque nominale déposée) représente la meilleure chance pour l'Opposante d'avoir gain de cause à l'égard de ce motif d'opposition. Si la Marque ne crée pas de confusion avec la Marque nominale déposée, elle ne créera pas de confusion avec les autres Marques ROSE déposées de l'Opposante, lesquelles ont toutes une lettre O stylisée dans le mot ROSE qui n'est pas partagée avec la Marque et qui réduit le degré de ressemblance dans la présentation avec la Marque.

Degré de ressemblance

[25] La Marque nominale déposée de l'Opposante est une marque de commerce formée de deux mots et quatre syllabes avec les mots ROSE et SCIENCEVIE, tous étant des mots du dictionnaire (bien que SCIENCE et VIE soient combinés en un seul mot) avec des significations pour les mots ROSE et SCIENCE en tant que mots courants en anglais et en français et le mot VIE, en tant que mot de la langue française équivalent à « life » en anglais. J'estime que le mot ROSE est l'élément le plus unique de la Marque nominale déposée compte tenu de la nature suggestive de l'élément SCIENCEVIE.

[26] Bien que la Marque contienne également le mot ROSE, le fait est que ce mot se retrouve dans le mot combiné BLACKROSE, que je considère comme l'élément le plus unique de la Marque. Bien qu'il soit composé de mots courants du dictionnaire, le noir n'est pas une couleur couramment associée aux roses, ce qui rend le mot unique. En

tenant compte de la Marque dans son ensemble, j'estime que la Marque, à savoir BLACKROSE RESERVE, a une différence notable dans la présentation et le son comparativement à la Marque nominale déposée.

[27] En ce qui a trait aux idées suggérées, l'Opposante fait valoir que les Marques ROSE déposées ne décrivent pas et ne suggèrent pas une qualité intrinsèque ou une caractéristique des produits et services avec lesquels ces marques de commerce sont liées [observations écrites de l'Opposante, para 30]. Respectueusement, je ne suis pas d'accord. Le mot ROSE est un mot courant des langues anglaise et française qui n'est peut-être pas suggestif des produits et services couverts par la Marque nominale déposée et, bien qu'il ne soit pas démontré qu'il s'agit d'expressions courantes, « life science » et « science vie » sont des mots ordinaires du dictionnaire qui suggèrent une liaison avec les produits et les services de santé et de bien-être. Dans l'ensemble, j'estime que l'ensemble des Marques ROSE déposées suggèrent les produits et services connexes dans une certaine mesure puisque les enregistrements couvrent en particulier les produits pour [TRADUCTION] « la santé et le bien-être en général », ainsi que de nombreux produits et services associés au cannabis (lequel est légal au Canada à des fins médicales et récréatives et qui est associé à certains bénéfices pour la santé).

[28] La Requérante fait valoir que la Marque et les Marques ROSE déposées suggèrent des idées différentes, avec la Marque suggérant que les Produits et Services sont des [TRADUCTION] « éditions limitées » ou des produits de haute qualité avec une aura d'exclusivité, alors que les Marques ROSE déposées [TRADUCTION] « suggèrent un lien avec la science ou un laboratoire » [observations écrites de la Requérante, para 38].

[29] J'estime que l'idée suggérée par la Marque est différente et n'est pas liée à celle de l'ensemble des Marques ROSE déposées. Bien que j'estime que la Marque soit quelque peu suggestive des Produits et Services puisque le mot « RESERVE » est couramment employé pour indiquer que certains produits sont de plus haute qualité, spéciaux ou limités en quantité, cette suggestion diffère grandement de celle de la

Marque nominale déposée (et de l'ensemble des Marques ROSE déposées)
[observations écrites de la Requérante, para 38].

[30] Dans l'ensemble, je conclus que les différences entre la Marque et la Marque nominale déposée sont plus importantes que les ressemblances. Lorsque les marques de commerce sont évaluées dans leur ensemble, la Marque est notamment différente dans la présentation, le son et les idées suggérées par rapport à la Marque nominale déposée. Puisqu'il y a encore plus de différences dans la présentation entre les autres Marques ROSES déposées et la Marque, ma conclusion à l'égard du degré de ressemblance pour l'ensemble des Marques ROSE déposées est en faveur de la Requérante.

Période d'emploi

[31] Aucune des parties n'a produit de preuve d'emploi pour leurs marques de commerce respectives au Canada.

[32] Dans ses observations écrites, l'Opposante souligne les dates d'enregistrement pour ses Marques ROSE déposées et affirme que ces dates permettent au registraire de conclure à un emploi minimal des marques de commerce couvertes par les Marques ROSE déposées [observations écrites de l'Opposante, para 33 et 34].

[33] Cependant, l'emploi minimal qui peut être inféré par la simple existence d'un enregistrement est insuffisant pour donner lieu à une conclusion d'emploi significatif et continu [voir *Entre Computer Centers, Inc c Global Upholstery Co* (1991), 40 CPR (3d) 427 (COMC)].

[34] Puisqu'aucune des parties n'a démontré l'emploi véritable de ses marques de commerce, ce facteur ne favorise aucune des parties. Même si je devais accorder un quelconque poids aux dates d'enregistrement des Marques ROSE déposées, ce facteur favoriserait l'Opposante seulement à titre symbolique.

Caractère distinctif inhérent et mesure dans laquelle les marques sont devenues connues

[35] L'Opposante fait valoir que l'ensemble de ses Marques ROSE, y compris les Marques ROSE déposées, [TRADUCTION] « profitent d'un caractère distinctif inhérent fort » et que ces marques de commerce ne décrivent pas et ne suggèrent pas une qualité intrinsèque ou une caractéristique des produits et services connexes [observations écrites de l'Opposante, para 30].

[36] La Requérante fait valoir que la Marque possède un caractère distinctif quelque peu plus élevé que celui des Marques ROSE déposées de l'Opposante, mais n'explique pas pour quelles raisons [observations écrites de la Requérante, para 33]. La Requérante a également présenté des observations concernant un lien potentiel entre les produits et services des deux parties qui contiennent du cannabis ou qui en sont dérivés, particulièrement le bourgeon ou la fleur de cannabis, et le fait que la « rose » est également une fleur [observations écrites de la Requérante, para 33]. Cependant, j'estime que ce lien suggéré est beaucoup trop ténu pour être considéré comme interprétation probable de la part du consommateur moyen à la première impression.

[37] J'estime que les Marques ROSE déposées et la Marque possèdent toutes un degré de caractère distinctif inhérent. Pour les Marques ROSE déposées, j'estime que cela est dû au fait que le mot ROSE ne semble pas avoir une association claire avec les produits et services dans les enregistrements. Pareillement pour la Marque, l'expression BLACKROSE n'a aucun lien évident avec les Produits et Services et, bien qu'il soit formé des mots courants anglais « black » et « rose », il s'agit quelque peu d'un mot inventé unique puisque le noir n'est pas une couleur couramment associée aux roses.

[38] Cependant, comme il est noté ci-dessus sous le facteur du degré de ressemblance, les Marques ROSES déposées contiennent toutes des éléments nominaux supplémentaires, à savoir LIFE SCIENCE VIE, LIFE SCIENCE et SCIENCEVIE, tous étant à tout le moins suggestifs des produits et services connexes.

La Marque contient également un élément suggestif, à savoir RESERVE. Par conséquent, les marques de commerce des deux parties sont à tout le moins quelque peu suggestives de leurs produits et services connexes respectifs.

[39] Dans l'ensemble, puisque les marques de commerce des deux parties contiennent certains éléments uniques et certains éléments suggestifs, je n'estime pas que l'une ou l'autre partie soit particulièrement favorisée à l'égard du caractère distinctif inhérent.

[40] Puisqu'aucune des parties n'a produit de preuve d'emploi de leurs marques de commerce respectives, aucune n'est favorisée à l'égard de l'étendue dans laquelle les marques sont connues au Canada.

[41] Dans l'ensemble, aucune des parties n'est favorisée par ce facteur.

Genre des produits, services ou entreprises

[42] Un examen des produits et services liés aux marques de commerce des parties démontre un chevauchement clair à l'égard de certains produits et services et des corrélations étroites à l'égard d'autres, puisque les deux parties semblent œuvrer dans le commerce, entre autres, de la production et de la vente de cannabis et de produits contenant du cannabis.

[43] Cependant, j'estime que les Produits de la Requérante des classes 1, 18, 21 et 25 de la Classification de Nice ne chevauchent aucun des produits et services, et ne sont pas étroitement liés à ceux-ci, de l'une des Marques ROSE déposées, peu importe la classe. Je note que pour les Produits dans les classes 1, 18, 21 et 25, l'Opposante n'a indiqué dans ses observations écrites aucun produit ou service dans l'une des Marques ROSE déposées dans le tableau qui étaient [TRADUCTION] « fortement similaires » ou [TRADUCTION] « identiques » à ces Produits et Services comme elle l'a fait à l'égard des Produits et Services dans les autres classes [observations écrites de l'Opposante, para 37].

[44] Puisqu'il n'y a aucune preuve au dossier à l'égard des entreprises actuelles des parties et donc aucune preuve que les produits, services ou entreprises des parties sont différents de façon notable, ce facteur favorise l'Opposante, autre qu'à l'égard des Produits et Services dans les classes 1, 18, 21 et 25.

Nature du commerce

[45] Dans ses observations écrites, l'Opposante fait valoir que la demande pour la Marque ne contient aucune restriction quant à la façon dont la Requérante propose de vendre les Produits ou d'offrir les Services et, par conséquent, peut mener ses activités à la fois au niveau de gros et au niveau de détail [observations écrites de l'Opposante, para 45].

[46] Puisque j'ai conclu que les nombreux produits et services des parties se chevauchent dans une certaine mesure ou sont étroitement liés et qu'il n'y a aucune preuve au dossier qui me permettrait de conclure que les commerces des parties sont différents, ce facteur favorise également l'Opposante.

Circonstance de l'espèce – La preuve de la Requérante

[47] L'Opposante fait valoir qu'aucun poids ne devrait être accordé à l'Affidavit Rozon dans l'analyse de la probabilité de confusion, puisque la preuve de l'état du marché peut seulement être considérée comme pertinente si' elle démontre un [TRADUCTION] « état plutôt représentatif du marché au Canada avec une preuve actuelle d'emploi d'une marque de commerce en liaison avec des produits et services offerts aux Canadiens » [observations écrites de l'Opposante, para 60]. La position de l'Opposante est que la preuve de l'état du marché produite par la Requérante ne peut pas servir à établir que les marques de commerce comprenant le mot « rose » ou une représentation visuelle d'une rose sont courantes dans l'industrie du cannabis au Canada [observations écrites de l'Opposante, para 61].

[48] Comme il a été noté ci-dessus, l'Affidavit Rozon contient des imprimés de captures d'écran de sites Web et de pages Web d'une recherche *google.ca* menée par

M. Rozon. L’Affidavit Rozon ne contient aucune information quant à la période d’emploi pendant laquelle les entreprises mentionnées dans les pages Web font affaire, les ventes liées aux produits mentionnés ou une quelconque indication quant au nombre de Canadiens qui peuvent avoir visité ces sites Web ou avoir été autrement exposés aux entreprises ou aux produits indiqués. Pour toutes ces raisons, l’Affidavit Rozon n’appuie pas plus la Requérante que les autres facteurs qui la favorisent.

Conclusion concernant la confusion

[49] Compte tenu de ce qui précède, je conclus que la prépondérance des probabilités en ce qui concerne la question de la confusion favorise la Requérante. J’arrive à cette conclusion reconnaissant que la Marque contient l’élément ROSE, lequel est l’aspect initial et le plus unique de la Marque nominale déposée de l’Opposante (ainsi que des autres Marques ROSE déposées), et qu’il y a un chevauchement dans les produits, services, entreprises et commerces des parties selon un examen des états déclaratifs des produits et services dans la demande pour la Marque et l’enregistrement pour la Marque nominale déposée (ainsi que toutes les autres Marques ROSE déposées). Cependant, j’estime que les différences générales dans le son, la présentation et les idées suggérées par les marques de commerce sont suffisantes pour appuyer la conclusion que les marques de commerce en question sont beaucoup plus différentes que semblables et, par conséquent, il n’y a aucune probabilité raisonnable de confusion.

[50] Par conséquent, ce motif d’opposition est rejeté.

Article 38(2)c) et 16(1) – Motifs fondés sur l’absence de droit à l’enregistrement

[51] L’Opposante fait valoir que la Requérante n’a pas droit à l’enregistrement de la Marque puisque, à la date de production, la Marque créait de la confusion avec :

1. les Marques ROSE, lesquelles avaient été précédemment employées au Canada (article 16(1)a) de la Loi);

2. les noms commerciaux de l'Opposante qui contiennent le mot ROSE, à savoir ROSE LIFESCIENCE et ROSE LIFESCIENCE INC., qui avaient été précédemment employées au Canada (article 16(1)c) de la Loi);
3. les Marques ROSE pour lesquelles des demandes étaient en suspens à la date de production énumérées dans le tableau ci-dessous (article 16(1)b) de la Loi) :

<u>Marque de commerce</u>	<u>N° de demande</u>
ROSE LifeScience	1,896,125
ROSE	1,896,124
ROSE	2,169,711
ROSE	2,169,712
ROSE	2,169,713
ROSE	2,169,714
ROSE	2,169,715
ROSE	2,169,716
ROSE	2,169,717

[52] Pour s'acquitter de son fardeau pour chacun des trois différents articles de l'article 16(1) de la Loi allégués, l'Opposante doit démontrer ce qui suit, respectivement :

1. que chacune des Marques ROSE que l'Opposante cherche à invoquer à l'appui de ce motif a été employée au Canada avant la date de production de la demande pour la Marque et n'avait pas été abandonnée à la date de l'annonce de la demande;
2. que l'Opposante avait employé l'un de ses noms commerciaux, ou les deux, qui contiennent le mot ROSE, à savoir ROSE LIFESCIENCE et ROSE LIFESCIENCE INC, avant la date de production de la demande pour la Marque et n'avait pas abandonné le ou les noms commerciaux à la date de l'annonce de la demande;
3. que chacune des demandes pour les marques de commerce que l'Opposante cherche à invoquer était en suspens à la date de production de la demande pour la Marque et l'était toujours à la date de l'annonce de cette demande.

[53] En ce qui a trait aux motifs d'opposition fondés sur les articles 16(1)a) et c), puisqu'il n'y a aucune preuve d'emploi de l'une des Marques ROSE ou de l'un des noms commerciaux de l'Opposante au dossier, l'Opposante ne s'acquitte pas de son fardeau de preuve à l'égard de ces motifs et, par conséquent, les motifs d'opposition fondés sur l'absence de droit à l'enregistrement en vertu des articles 16(1)a) et c) sont rejetés.

[54] En ce qui a trait à l'autre motif fondé sur l'article 16(1), à savoir le motif en vertu de l'article 16(1)b) fondé sur la production antérieure de demandes pour les marques de commerce ROSE et ROSE LifeScience, j'ai confirmé que l'ensemble des demandes énumérées ci-dessus étaient en suspens à la date de production de la demande pour la Marque et l'étaient toujours à la date de l'annonce de la Marque. Par conséquent, l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial à l'égard du motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)b).

[55] Comme pour le motif fondé sur l'article 12(1)d) étayé ci-dessus, l'analyse de ce motif d'opposition passe maintenant à la question de savoir si, selon la prépondérance des probabilités, la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime d'établir qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion entre les Produits et Services liés à la Marque et ceux de l'Opposante, en tenant compte de l'ensemble des circonstances de l'espèce, y compris les facteurs établis à l'article 6(5) de la Loi.

[56] Aux fins de l'évaluation de la confusion pour ce motif, j'omettrai la demande pour la marque de commerce ROSE LIFESCIENCE et je me concentrerai sur les demandes pour la marque de commerce ROSE, lesquelles sont toutes liées à des produits et services associés au cannabis. J'estime que les demandes pour la marque de commerce ROSE représentent le meilleur argument de l'Opposante dans le cadre de ce motif. Si je ne conclus pas que la Marque crée de la confusion à l'égard des demandes pour la marque de commerce ROSE, elle ne créera pas de confusion avec la marque de commerce ROSE LIFESCIENCE en raison de l'élément nominal supplémentaire dans cette marque qui réduit le degré de ressemblance avec la Marque.

Degré de ressemblance

[57] La marque de commerce ROSE de l'Opposante est exclusivement composée du mot ROSE. Bien que la Marque contient également l'élément ROSE, il s'agit simplement d'un élément au sein de la Marque dans son ensemble, soit BLACKROSE RESERVE. Par conséquent, bien que la marque de commerce ROSE de l'Opposante est entièrement englobée par la Marque, il existe une différence claire et notable dans la présentation, le son et les idées suggérées entre les marques de commerce en question.

[58] La marque de commerce ROSE de l'Opposante est composée d'un mot d'une seule syllabe qui n'a, à mon avis, aucune liaison particulière avec les produits et services dans les demandes respectives, mais qui serait reconnue comme un mot couramment employé en anglais et en français pour décrire un ton de rose ou une fleur bien connue.

[59] En revanche, la Marque est composée de deux mots et de quatre syllabes, avec le premier mot étant sans doute un mot inventé (bien qu'une combinaison de deux mots courants) et le deuxième mot, comme il est décrit ci-dessus dans le cadre du motif fondé sur l'article 12(1)d), pouvant être employé pour indiquer que certains produits sont de plus haute qualité, spéciaux ou limités en quantité.

[60] Bien que les marques de commerce en question partagent le mot ROSE, j'estime que lorsque ces marques de commerce sont analysées dans leur ensemble, il est évident qu'elles sont plus différentes que semblables. La Marque est notamment différente des Marques ROSE visées par les demandes de l'Opposante dans la présentation, le son et les idées suggérées.

[61] Par conséquent, ce facteur favorise la Requérante.

Période d'emploi

[62] Puisqu'aucune des parties n'a produit de preuve actuelle d'emploi de leurs marques de commerce respectives au Canada, aucune des parties n'est favorisée par ce facteur.

Caractère distinctif inhérent et mesure dans laquelle les marques sont devenues connues

[63] L'Opposante fait valoir que l'ensemble des Marques ROSE, y compris les Marques ROSE visées par des demandes, ont un caractère distinctif inhérent fort, puisque ces marques de commerce ne décrivent pas et ne suggèrent pas une qualité ou une caractéristique intrinsèque des produits et services connexes [observations écrites de l'Opposante, para 30]. Bien que je suis d'accord qu'il n'y a aucune preuve que la marque de commerce ROSE de l'Opposante est descriptive ou particulièrement suggestive des produits et services connexes et que la marque de commerce possède un certain caractère distinctif inhérent, je ne suis pas d'accord que ce caractère distinctif est particulièrement fort puisque « rose » est un mot courant du dictionnaire.

[64] Comme il a été souligné ci-dessus dans l'analyse de facteur dans le cadre du motif fondé sur l'article 12(1)d), j'estime que la Marque possède un caractère distinctif inhérent, puisque l'expression BLACKROSE n'a aucun lien évident avec les Produits et Services et, bien qu'elle est composée des mots courants anglais « black » et « rose », et qu'il s'agit d'un mot inventé. Cependant, comme l'a décrit la Requérante, le mot RESERVE dans la Marque suggère les Produits et Services comme étant des produits qui sont [TRADUCTION] « des produits[s] en "édition limitée" de haute qualité avec une aura d'exclusivité » [observations écrites de la Requérante, para 38].

[65] Puisqu'aucune des parties n'a produit de preuve d'emploi de l'une des marques de commerce en question, il n'a pas été établi que l'une de ces marques de commerce est devenue connue dans une quelconque mesure au Canada.

[66] Dans l'ensemble, je conclus que ce facteur favorise la Requérante en raison du caractère distinctif de l'élément BLACKROSE de la Marque, mais pas de façon importante.

Genre des produits, services et entreprises et nature du commerce

[67] Les produits et services liés à la marque de commerce ROSE de l'Opposante chevauchent directement les produits et services liés aux Marques Rose déposées analysées ci-dessus dans le cadre de l'article 12(1)d). Comme il a été noté ci-dessus, à l'exception des Produits dans les classes 1, 18, 21 et 25, les Produits et Services chevauchent également les produits et services liés à la marque de commerce ROSE de l'Opposante.

[68] Puisque la date pertinente antérieure pour ces motifs d'opposition n'a aucune influence sur mon évaluation de ces facteurs, pour les mêmes raisons exposées ci-dessus, ces facteurs favorisent l'Opposante autre qu'à l'égard des Produits dans les classes 1, 18, 21 et 25.

Conclusion

[69] Compte tenu de ce qui précède, je conclus que la prépondérance des probabilités en ce qui concerne la question de la confusion favorise légèrement la Requérante. J'arrive à cette conclusion reconnaissant que la marque de commerce de l'Opposante en question est composée exclusivement du mot ROSE, lequel est englobé dans la Marque, et qu'il y a un chevauchement des produits, des services, des entreprises et des commerces des parties exclusivement selon un examen des états déclaratifs des produits et services dans la demande pour la Marque et les demandes pour la marque de commerce ROSE de l'Opposante. Cependant, j'estime que les différences générales dans le son, la présentation et les idées suggérées par la Marque et la marque de commerce ROSE de l'Opposante sont suffisantes pour appuyer la conclusion que les marques de commerce en question sont beaucoup plus différentes que semblables et qu'il n'y a aucune probabilité raisonnable de confusion.

[70] Ce motif d'opposition est donc rejeté.

Articles 38(2)d) et 2 – Caractère distinctif

[71] L'Opposante fait valoir que la Marque n'est pas distinctive des Produits et Services de la Requérante puisqu'elle ne distingue pas réellement les Produits et Services de la Requérante de ceux de l'Opposante et qu'elle n'est pas adaptée pour les distinguer.

[72] La date pertinente pour ce motif d'opposition est la date de production de la déclaration d'opposition [*Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc*, 2004 CF 1185].

[73] L'article 2 de la Loi définit le mot « distinctive » en ce qui concerne les marques de commerce comme suit :

« distinctive » Se dit de la marque de commerce qui distingue véritablement les produits ou services en liaison avec lesquels elle est employée par son propriétaire de ceux d'autres personnes, ou qui est adaptée à les distinguer ainsi.

[74] Pour s'acquitter de son fardeau à l'égard de ce motif, l'Opposante doit démontrer que la réputation de sa marque de commerce empêche la Marque d'être distinctive et que le niveau d'emploi requis doit être « significatif[f] ou suffisant[t] » ou constituer une « réputation importante » en liaison avec les produits et services pertinents de façon à annuler le caractère distinctif de la Marque à la date pertinente [*Hilton Worldwide Holding LLP c Solterra (Hastings) Limited Partnership*, 2019 COMC 133, citant *Bojangles'International, LLC c Bojangles Café Ltd*, 2006 CF 657].

[75] Puisque l'Opposante n'a produit aucune preuve d'emploi de ses Marques ROSE, elle ne parvient pas à s'acquitter de son fardeau de preuve à l'égard de ce motif.

[76] Ce motif d'opposition est donc rejeté.

Article 38(2)e) – Aucun emploi ou emploi projeté

[77] L'Opposante fait valoir que, à la date de production, la Requérante n'employait pas et ne projetait pas d'employer la Marque, elle-même, ses prédécesseurs en titre ou ses licenciés respectifs.

[78] Puisque l'Opposante n'a produit aucune preuve à l'égard de ce motif, elle ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve.

[79] Ce motif d'opposition est donc rejeté.

Article 38(2)f) – Absence de droit à l'emploi

[80] L'Opposante fait valoir que, à la date de production de la demande pour la Marque, la Requérante n'avait pas le droit d'employer la Marque au Canada en liaison avec les Produits et Services puisque la Requérante était consciente, ou est réputée être consciente, des Marques ROSE et des noms commerciaux de l'Opposante et du fait que l'emploi de la Marque créerait de la confusion avec les Marques ROSE et les noms commerciaux de l'Opposante. De plus, l'Opposante fait valoir que la Requérante savait que l'emploi de la Marque constituerait la violation des droits exclusifs de l'Opposante en vertu de l'article 20 de la Loi, aurait l'effet de diminuer l'achalandage lié aux Marques ROSE en contravention à l'article 22 et détournerait l'attention du public vers les Produits et Services de façon à tromper ou probablement tromper le public et de lui faire croire que les Produits et Services sont ceux de l'Opposante.

[81] L'article 38(2)f) de la Loi aborde le droit d'un requérant d'employer sa marque de commerce (c'est-à-dire conformément aux lois fédérales pertinentes et aux autres obligations juridiques), contrairement au droit d'un requérant d'enregistrer sa marque de commerce (relativement à la marque de commerce d'une autre personne, conformément à l'article 16 de la Loi). À mon avis, simplement faire valoir qu'une marque de commerce visée par une demande crée de la confusion avec une marque de commerce ou un nom commercial précédemment employé ou enregistré n'est pas un fait qui peut appuyer un motif d'opposition fondé sur l'article 38(2)f) [voir *DCK*

Concessions Ltd c Hong Xia Zhang, 2022 COMC 200 et *Smarte Carte, Inc c Sandals Resorts International 2000 Inc*, 2023 COMC 67 pour des conclusions semblables].

[82] En tout état de cause, puisque l'Opposante n'a pas démontré l'emploi de ses Marques ROSE ou de ses noms commerciaux au Canada, l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau initial pour ce motif, même si je considère qu'il s'agit d'un motif d'opposition approprié.

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

DÉCISION

[84] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition selon les dispositions de l'article 38(12) de la Loi.

Leigh Walters
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
William Desroches
Félix Tagne Djom
Manon Duchesne Osborne

ANNEXE A

Les Produits et Services de la Requérante

Produits

[TRADUCTION]

- CI 1 (1) Produits agricoles pour la culture commerciale et résidentielle, nommément terreau, compost et amendements de sol.
- CI 3 (2) Additifs pour le bain; herbes de bain; huiles de bain; huiles de bain à usage cosmétique; cosmétiques de soins de beauté; crèmes de beauté pour les soins du corps; gels de beauté; lotions de beauté; cosmétiques de soins du corps et de beauté; crèmes pour le corps; huiles pour le corps; crèmes cosmétiques; huiles cosmétiques; cosmétiques et maquillage; lotions pour le visage et le corps; lait pour le visage et le corps; lotion pour le visage; produits de soins capillaires; produits coiffants; crème à mains; lotions à mains; produits de soins des lèvres; hydratants à lèvres; brillants à lèvres; savons liquides; crèmes de massage; huiles de massage; bains moussants non médicamenteux; produits de soins capillaires non médicamenteux; produits de soins de la peau non médicamenteux; produits de soins du cuir chevelu non médicamenteux; produits de soins de la peau non médicamenteux; huiles de toilette; produits de soins de la peau; crèmes pour la peau; émoullissants pour la peau; lotions pour la peau; savon pour la peau; savons pour les soins du corps; savons à usage personnel.
- CI 5 (3) Huile de cannabis pour cigarettes électroniques, huile de cannabis pour utilisation comme produit d'aide au sommeil, baume au cannabis à usage médicinal, comprimés et capsules de cannabis pour utilisation comme produit d'aide au sommeil, huile de cannabis pour la santé et le bien-être en général; huile de cannabis pour la réduction de l'anxiété, huile de cannabis pour le soulagement de la nausée, huile de cannabis pour la réduction du stress, huile de cannabis pour la gestion de la douleur.
- CI 9 (4) Publications électroniques, nommément bulletins d'information, brochures, études scientifiques, rapports et guides dans le domaine du cannabis.
- CI 10 (5) Appareils, dispositifs et articles pour activités sexuelles nommément condoms, vibrateurs et godemichés avec huiles contenant des dérivés de cannabis, appareils, dispositifs et articles pour activités sexuelles nommément condoms, vibrateurs et godemichés recouverts d'huiles contenant du cannabis, nommément condoms, vibrateurs et godemichés.
- CI 16 (6) Publications imprimées, nommément livres, bulletins d'information, brochures, études scientifiques, rapports et guides dans le domaine du cannabis.

- CI 18 (7) Articles en cuir et en similicuir, nommément bagages et sacs de transport, valises, malles, sacs de voyage, porte-bébés en bandoulière, sacs d'écolier, étuis pour cartes professionnelles, portefeuilles de poche, boîtes et étuis.
- CI 21 (8) Bocaux, nommément en verre, en céramique ou en poterie.
- CI 25 (9) Articles vestimentaires de sport; casquettes de baseball; vêtements de plage; casquettes; vêtements tout-aller; combinaisons; tongs; gants; casquettes de golf; chemises de golf; chapeaux; bandeaux; tee-shirts à manches longues; mitaines; chapeaux de fantaisie; sandales; chandails; chandails molletonnés; tuques; tee-shirts; chandails; jupes; pantalons; vestes; manteaux; foulards; vêtements de dessous; ceintures; débardeurs; sacs, nommément sacs fourre-tout, sacs à dos et fourre-tout.
- CI 29 (10) Articles vestimentaires de sport; casquettes de baseball; vêtements de plage; casquettes; vêtements tout-aller; combinaisons; tongs; gants; casquettes de golf; chemises de golf; chapeaux; bandeaux; tee-shirts à manches longues; mitaines; chapeaux de fantaisie; sandales; chandails; chandails molletonnés; tuques; tee-shirts; chandails; jupes; pantalons; vestes; manteaux; foulards; vêtements de dessous; ceintures; débardeurs; sacs, nommément sacs fourre-tout, sacs à dos et fourre-tout.
- CI 30 (11) Produits alimentaires contenant du cannabis, des résines de cannabis et des huiles de cannabis, nommément chocolats, biscuits, carrés au chocolat, gâteaux, confiseries au chocolat, pâtisseries, bonbons, truffes, gelées de fruits, friandises en gelée, confiseries au caramel anglais, pain, muffins, tartes, bonbons et barres alimentaires énergisantes; produits liés au cannabis, nommément thés contenant du cannabis et thés contenant des dérivés du cannabis, nommément des résines et des huiles; produits alimentaires.
- CI 31 (12) Plants de cannabis vivants; plants de marijuana vivants; graines de cannabis pour la culture et l'horticulture; graines de marijuana pour la culture et l'horticulture.
- CI 32 (13) Boissons fouettées, boissons aux fruits et jus de fruits, boissons gazéifiées et boissons énergisantes contenant tous des dérivés du cannabis; boissons fouettées, boissons aux fruits et jus de fruits, boissons gazéifiées et boissons énergisantes contenant tous des résines et des huiles dérivées du cannabis; sirops pour faire des boissons non alcoolisées contenant des résines, des huiles ou d'autres dérivés du cannabis.
- CI 33 (14) Boissons alcoolisées à base de plants, de résines, de sucres ou de matières végétales de cannabis, à usage autre que médical, nommément cocktails alcoolisés, vodka, rhum, whiskey, gin, liqueurs, panachés, vin et bière.
- CI 34 (15) Cannabis séché; marijuana séchée; cannabis pour fumer, cannabis pour l'amélioration de l'humeur, marijuana pour fumer, marijuana pour l'amélioration de l'humeur; vaporisateurs oraux pour fumeurs, nommément vaporisateurs stylos;

produits et accessoires pour l'inhalation, l'ingestion et le rangement du cannabis, de la marijuana et de leurs dérivés, notamment pipes, cendriers, boîtes ou étuis à cigares, tubes à cigares, humidificateurs à cigares, étuis à cigarettes, tubes à cigarettes, briquets, cure-pipes, étuis à pipes, machines à rouler les cigarettes, papier à rouler, pipes à eau, bongs, plateaux à rouler, ustensiles et outils pour fumeurs, notamment bouts filtres pour cigarettes, vaporisateurs, inhalateurs doseurs contenant du cannabis et des dérivés de cannabis, moulins à herbes, balances et contenants de rangement.




Services

[TRADUCTION]

- CI 35 (1) Distribution et vente en gros et au détail de cannabis, de marijuana thérapeutique, de marijuana, de graines de cannabis, d'extraits et de teintures de cannabis, de pâtes, de baumes, d'huiles et de produits alimentaires contenant des cannabinoïdes; vente au détail en ligne de cannabis, de marijuana thérapeutique, de marijuana, de graines de cannabis, d'extraits et de teintures de cannabis, de pâtes, de baumes, d'huiles et de produits alimentaires contenant des cannabinoïdes; offre d'information aux consommateurs dans le domaine de l'emplacement de points de vente de cannabis; offre d'un site Web contenant des évaluations, des critiques et des recommandations de produits et de services à usage commercial publiées par des utilisateurs dans le domaine du cannabis.
- CI 39 (2) Emballage de marijuana et de cannabis, de produits liés au cannabis, de dérivés du cannabis et de produits de santé naturels contenant du cannabis; transformation de marijuana et de cannabis, de produits liés au cannabis, de dérivés du cannabis et de produits de santé naturels contenant du cannabis.
- CI 41 (3) Offre d'information de divertissement dans le domaine de la culture entourant le cannabis au moyen d'un site Web; offre de nouvelles par un site Web, à savoir de reportages d'actualité dans les domaines du cannabis et de la culture entourant le cannabis; offre d'information éducative dans le domaine du cannabis au moyen d'un site Web.
- CI 42 (4) Offre d'information sur la recherche dans les domaines de la marijuana et du cannabis, concernant les indications et les effets de certaines souches de cannabis par un site Web; offre de services de recherche dans le domaine du cannabis, notamment de la marijuana.
- CI 44 (5) Sélection, culture, récolte et production de marijuana et de cannabis.
- CI 45 (6) Services informatiques, notamment services de réseautage social en ligne permettant aux utilisateurs inscrits de participer à des discussions, de recevoir des commentaires de leurs pairs, de créer des communautés virtuelles et de faire du réseautage social dans le domaine du cannabis.

ANNEXE B

Les Marques ROSE de l'Opposante

Marque de commerce	N° d'enregistrement
ROSE SCIENCE VIE	1,088,504 (demande n° 1,896,125)
ROSE LIFE SCIENCE VIE (& DESSIN) 	1,123,553 (demande n° 1,932,902)
ROSE LIFE SCIENCE (& DESSIN) 	1,128,688 (demande n° 1,932,903)
ROSE SCIENCE VIE (& DESSIN) 	1,088,503 (demande n° 1,932,904)
ROSE	1,147,231 (demande n° 1,896,124)
ROSE	1,148,263 (demande n° 2,169,711)
ROSE	1,148,264 (demande n° 2,169,712)
ROSE	1,148,265 (demande n° 2,169,713)
ROSE	1,148,266 (demande n° 2,169,714)
ROSE	1,148,267 (demande n° 2,169,715)
ROSE	1,148,268 (demande n° 2,169,716)
ROSE	1,148,269 (demande n° 2,169,717)
ROSE LifeScience	1,132,446 (demande n° 1,896,125)

ANNEXE C

Les produits et services des Marques ROSE déposées

Produits

[TRADUCTION]

- CI 2 (1) Extraits de marijuana et de cannabis, nommément résines naturelles.*
- CI 3 (2) Crèmes et lotions hydratantes.
- CI 5 (3) Crèmes et lotions analgésiques topiques; crèmes contre les démangeaisons; produits de santé naturels, nommément suppléments végétaux pour la santé et le bien-être en général; extraits de cannabis (marijuana), nommément baumes anti-inflammatoires, teintures pour soulagement de la douleur; huile de cannabidiol [CBD] à usage médical; huile de tétrahydrocannabinol [THC] à usage médical.
- CI 29 (4) Huiles alimentaires; huiles alimentaires et beurres contenant des dérivés de cannabis.
- CI 30 (5) Produits alimentaires contenant des dérivés de cannabis, nommément gâteaux, barres de céréales, biscuits, brownies, muffins, petits gâteaux, chocolat, tablettes de chocolat, confiseries au chocolat, confiseries au sucre, gomme à mâcher, bonbons et biscuits secs; extraits de cannabis (marijuana), nommément pâtes alimentaires.
- CI 31 (6) Plants de cannabis vivants; semences horticoles, nommément graines de plants de cannabis et graines de cannabis; clones de cannabis.
- CI 32 (7) Extraits de marijuana et de cannabis, nommément poudres pour boissons effervescentes, jus; boissons gazéifiées ou non, nommément boissons gazeuses, boissons gazéifiées congelées, boissons aromatisées aux fruits.
- CI 33 (8) Liqueurs.
- CI 34 (9) Cannabis séché; marijuana séchée; huile à vapoter; équipement et accessoires pour la préparation, la consommation et le stockage de cannabis (marijuana), nommément pipes, bongs, atomiseurs, pipes à eau, papier à rouler, moulins; briquets; produits de vapotage, nommément cigarettes électroniques; inhalateurs, nommément atomiseurs oraux pour fumeurs; huile de cannabidiol [CBD] pour atomiseurs oraux pour fumer; huile de tétrahydrocannabinol [THC] pour cigarettes électroniques.

Services

[TRADUCTION]

CI 35 (1) Vente en ligne et au détail de produits et d'accessoires pour fumeurs, notamment de pipes, de bongs, de vaporisateurs, de pipes à eau, de papier à rouler, de moulins et de balances; vente en ligne et au détail de cannabis, de produits alimentaires à base de cannabis et d'huiles; vente au détail de cannabis (marijuana); exploitation d'un magasin de vente au détail de cannabis; concession dans le domaine du cannabis.

CI 39 (2) Livraison à domicile de produits de cannabis par voiture; transport de fret de cannabis et de marijuana par avions, par train, par camion et par bateau.

CI 40 (3) Transformation du cannabis (marijuana).

CI 44 (4) Culture, sélection et distribution du cannabis et de marijuana.

*Exclus dans l'enregistrement n° 1132446.

ANNEXE D

Les Marques ROSES visées par des demandes

Marque de commerce	N° d'enregistrement	Produits et services	Motif de production
ROSE	1,147,231 (demande n° 1,896,124)	[TRADUCTION] (1) Extraits de marijuana et de cannabis, nommément résines naturelles.	Aucun
ROSE	1,148,263 (demande n° 2,169,711)	[TRADUCTION] (1) Crèmes et lotions analgésiques topiques contenant des dérivés de cannabis; crèmes contre les démangeaisons contenant des dérivés de cannabis; extraits de marijuana et de cannabis, nommément baumes anti-inflammatoires, teintures pour le soulagement de la douleur; huile de cannabidiol [CBD] à usage médical; huile de tétrahydrocannabinol [THC] à usage médical.	Aucun
ROSE	1,148,264 (demande n° 2,169,712)	[TRADUCTION] (1) Huiles et beurres alimentaires contenant des dérivés de cannabis.	Aucun
ROSE	1,148,265 (demande n° 2,169,713)	[TRADUCTION] (1) Produits alimentaires contenant des dérivés de cannabis, nommément gâteaux, barres de céréales, biscuits, brownies, muffins, petits gâteaux, chocolat, tablettes de chocolat, confiseries au chocolat, confiseries au sucre, gomme à mâcher, bonbons et biscuits secs; extraits de cannabis (marijuana), nommément pâtes alimentaires.	Aucun
ROSE	1,148,266 (demande n° 2,169,714)	[TRADUCTION] (1) Plants de cannabis vivants; semences horticoles, nommément graines de plants de cannabis et graines de cannabis; clones de cannabis.	Aucun
ROSE	1,148,267 (demande n° 2,169,715)	[TRADUCTION] (1) Cannabis séché; marijuana séchée; huile à vapoter; équipement et accessoires pour la préparation, la consommation et le stockage de cannabis (marijuana), nommément pipes, bongs, atomiseurs, pipes à eau, papier à rouler, moulins; briquets; produits de vapotage, nommément cigarettes électroniques; inhalateurs, nommément atomiseurs oraux pour fumeurs; huile de cannabidiol [CBD] pour atomiseurs oraux pour fumer; huile de tétrahydrocannabinol [THC] pour cigarettes électroniques.	Aucun
ROSE	1,148,268	[TRADUCTION]	Aucun

	(demande n° 2,169,716)	(1) Transformation du cannabis (marijuana).	
ROSE	1,148,269 (demande n° 2,169,717)	[TRADUCTION] (1) Culture, sélection et distribution du cannabis et de marijuana.	Aucun
ROSE LifeScience	1,132,446 (demande n° 1,896,125)	[TRADUCTION] (1) Crèmes et lotions hydratantes. (2) Crèmes et lotions analgésiques topiques; crèmes contre les démangeaisons; produits de santé naturels, notamment suppléments végétaux pour la santé et le bien-être en général; extraits de cannabis (marijuana), notamment baumes anti-inflammatoires, teintures pour soulagement de la douleur; huile de cannabidiol [CBD] à usage médical; huile de tétrahydrocannabinol [THC] à usage médical. (3) Huiles alimentaires; huiles alimentaires et beurres contenant des dérivés de cannabis. (4) Produits alimentaires contenant des dérivés de cannabis, notamment gâteaux, barres de céréales, biscuits, brownies, muffins, petits gâteaux, chocolat, tablettes de chocolat, confiseries au chocolat, confiseries au sucre, gomme à mâcher, bonbons et biscuits secs; extraits de cannabis (marijuana), notamment pâtes alimentaires. (5) Plants de cannabis vivants; semences horticoles, notamment graines de plants de cannabis et graines de cannabis; clones de cannabis. (6) Extraits de cannabis (marijuana), notamment poudres pour boissons effervescentes, jus; boissons gazéifiées ou non, notamment boissons gazeuses, boissons gazéifiées congelées, boissons aromatisées aux fruits. (7) Liqueurs. (8) Cannabis séché; marijuana séchée; huile à vapoter; équipement et accessoires pour la préparation, la consommation et le stockage de marijuana et de cannabis, notamment pipes, bongs, atomiseurs, pipes à eau, papier à rouler, moulins; briquets; produits de vapotage, notamment cigarettes électroniques; inhalateurs, notamment atomiseurs oraux pour fumeurs; huile de cannabidiol [CBD] pour atomiseurs oraux pour fumer; huile de tétrahydrocannabinol [THC] pour cigarettes électroniques; extraits de marijuana et de cannabis,	Emploi projeté au Canada

		<p>nommément résines pour fumer.</p> <p>(1) Vente en ligne et au détail de produits et d'accessoires pour fumeurs, nommément de pipes, de bongs, de vaporisateurs, de pipes à eau, de papier à rouler, de moulins et de balances; vente en ligne et au détail de cannabis, de produits alimentaires à base de cannabis et d'huiles; vente au détail de cannabis (marijuana); exploitation d'un magasin de vente au détail de cannabis; concession dans le domaine du cannabis.</p> <p>(2) Livraison à domicile de produits de cannabis par voiture; transport de fret de cannabis et de marijuana.</p> <p>(3) Transformation du cannabis (marijuana).</p> <p>(4) Culture, sélection et distribution du cannabis et de marijuana.</p>	
--	--	--	--

Comparutions et agents inscrits au dossier

DATE DE L'AUDIENCE : Aucune audience tenue

AGENTS AU DOSSIER

Pour l'Opposante : Robic Agence PI S.E.C./ Robic IP Agency LP

Pour la Requérante : Aucun agent nommé