

Office de la propriété intellectuelle du Canada

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE

Référence : 2026 COMC 10

Date de la décision : 2026-01-27

[TRADUCTION FRANÇAISE CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

DANS L'AFFAIRE D'UNE PROCÉDURE EN VERTU DE L'ARTICLE 45

Partie requérante : Deeth Williams Wall LLP

Propriétaire inscrite : Rachel Ettinger

Enregistrement : LMC1,085,893 pour HERE FOR HER

INTRODUCTION

[1] La présente décision concerne une procédure de radiation sommaire engagée en application de l'article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi) à l'égard de l'enregistrement n° LMC1,085,893 pour la marque de commerce HERE FOR HER (la Marque). Cet enregistrement, qui est en cause en l'espèce, vise les services suivants (les Services) :

[TRADUCTION]

Offre d'information dans le domaine des questions de santé touchant les femmes au moyen d'un blogue.

[2] La propriétaire de l'enregistrement est Rachel Ettinger (la Propriétaire), la fondatrice de ce qu'elle décrit généralement comme « Here

for Her », une entreprise sociale axée sur l'éducation sur la santé, l'établissement d'un mouvement et l'activisme en ce qui a trait à des questions comme le syndrome des ovaires polykystiques, le cancer des ovaires, la grossesse en temps de pandémie et l'égalité menstruelle.

[3] Pour les raisons qui suivent, l'enregistrement est maintenu.

PROCÉDURE

[4] Le 23 janvier 2025, à la demande de Deeth Williams Wall LLP (la Partie requérante), le registraire des marques de commerce a donné à la Propriétaire de la Marque l'avis prévu à l'article 45 de la Loi. L'avis enjoignait à la Propriétaire d'indiquer, à l'égard de chacun des Services, si la Marque avait été employée au Canada à un moment quelconque au cours des trois années précédant la date de l'avis, et, dans la négative, qu'elle précise la date à laquelle la Marque avait été employée en dernier lieu et la raison du défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour démontrer l'emploi est du 23 janvier 2022 au 23 janvier 2025 (la Période pertinente).

[5] Il est bien accepté que le but et l'objet de l'article 45 de la Loi consistent à assurer une procédure simple, sommaire et expéditive pour débarrasser le registre du « bois mort ». À ce titre, il a été reconnu que le niveau de preuve auquel un propriétaire inscrit doit satisfaire est peu élevé [*Performance Apparel Corp c Uvex Toko Canada Ltd*, 2004 CF 448 au para 68] Une « preuve surabondante », telle que décrite par les tribunaux, n'est pas requise [*Union Electric Supply Co c Canada (Registraire des marques de commerce)* (1982), 63 CPR (2d) 56 (CF 1^{re} inst) au para 3]. La Propriétaire doit seulement établir des faits à partir desquels une conclusion d'emploi peut logiquement ou raisonnement être inférée [*Cosmetic Warriors Limited c Riches, McKenzie & Herbert LLP*, 2019 CAF 48 au para 10; et *Sherzady c Norton Rose Fullbright Canada LLP/sencrl, srl*, 2022 CF 1712 au

para 21]. Néanmoins, la preuve doit être suffisante pour informer le registraire de la situation en vigueur en ce qui a trait à l'emploi de la marque de commerce pendant la Période pertinente. La preuve ne peut pas se limiter à de simples affirmations quant à l'emploi [*Plough (Canada) Limited c Aerosol Fillers Inc* (1980), 53 CPR (2d) 62 (CAF); et *Alliance Laundry Systems LLC c Whirlpool Canada LP*, 2014 CF 1224 aux para 26 et 27].

[6] La définition pertinente d'« emploi » est énoncée à l'article 4 (2) de la Loi comme suit :

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.

[7] Cependant, la simple annonce de services n'est pas suffisante pour établir l'emploi en vertu de cette disposition. En fait, certains aspects des services doivent être exécutés ou fournis au Canada, ou du moins leur exécution ou leur fourniture doit être offerte au Canada [*Miller Thomson LLP c Hilton Worldwide Holding LLP*, 2020 CAF 134 au para 7, citant *Porter c Don the Beachcomber*, 1966 CanLII 972 (CA EXC), [1966] R.C. de l'É. 982, (1966), 48 CPR 280 au para 17, et *Marineland Inc c Marine Wonderland & Animal Park Ltd* (1974), 16 CPR (2d) 97 (CF 1^{re} inst)].

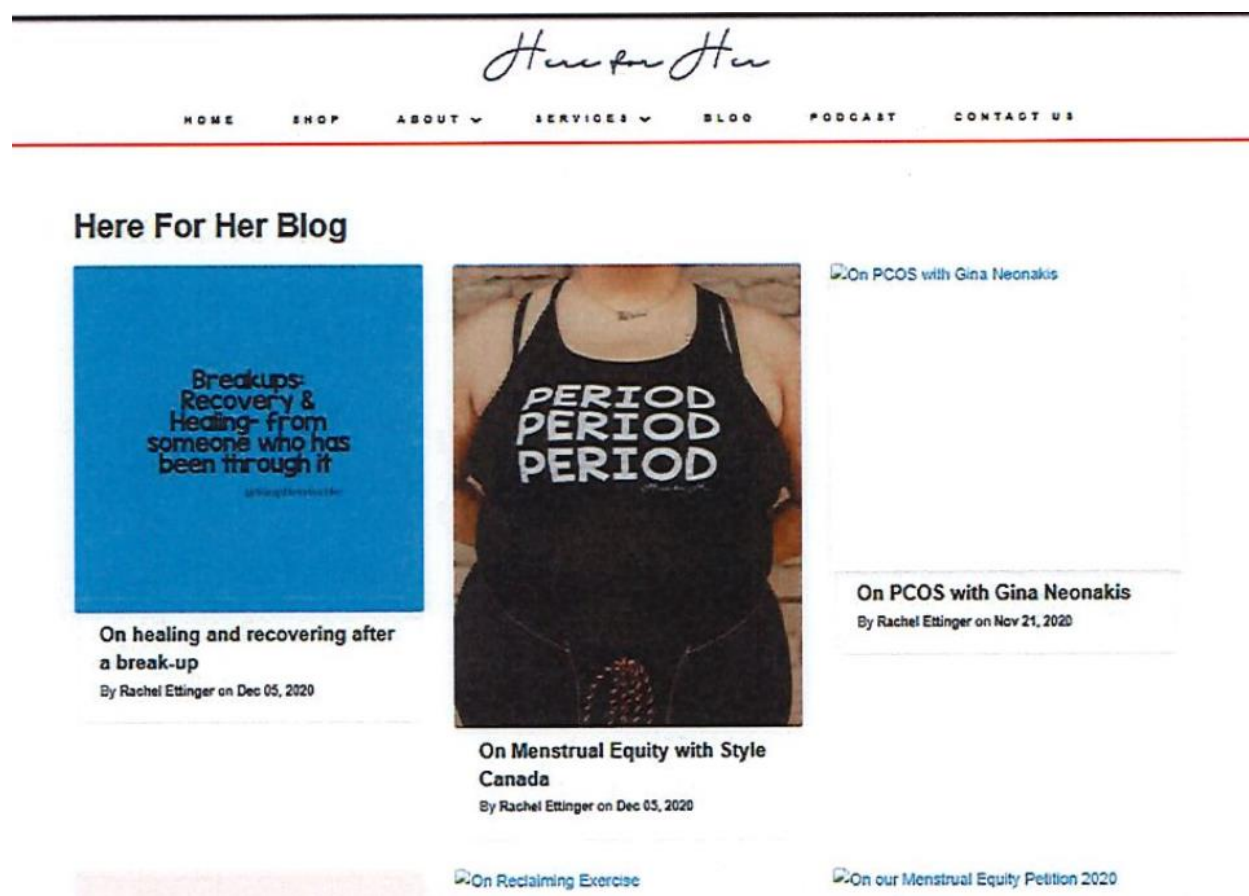
[8] En réponse à l'avis du registraire, la Propriétaire a produit un affidavit en son propre nom. Les deux parties ont produit des observations écrites et ont participé à l'audience.

LA PREUVE

[9] Dans son affidavit, Rachel Ettinger explique le genre des services qu'elle offre et le contexte dans lequel elle les offre. Elle démontre également la manière dont la Marque a été employée en liaison avec ces services. À cet égard, je note qu'elle atteste exploiter une entreprise sociale

qui collabore avec des communautés, des organisations, des activistes et des marques pour aider à sensibiliser les Canadiens à l'égalité des sexes et à élaborer des politiques à ce sujet. Elle explique qu'elle a lancé son blogue en septembre 2020 et confirme qu'il est toujours actif. Elle fournit des captures d'écran de pages archivées du site Web de son blogue, lesquelles présentent la Marque et sont datées de la Période pertinente. Plus particulièrement, les documents en question comprennent des billets de blogue publiés avant décembre 2020 qui figurent sur des captures d'écran de pages archivées datées de novembre 2022 et de mars 2023.

[10] La Marque figure sur le site comme suit :



[11] M^{me} Ettinger fournit des renseignements disponibles par l'intermédiaire de l'entreprise hébergeant le site Web qu'elle utilise pour ses billets de

blogue. Ces documents comprennent une analyse des visites sur le site Web pendant la Période pertinente. Par exemple, M^{me} Ettinger atteste que 49 visiteurs ont consulté la page de son blogue concernant le cancer des ovaires. Les documents à l'appui provenant de l'entreprise hébergeant le site Web confirment ce nombre.

[12] Même si une simple indication du nombre de visiteurs n'établit pas à elle seule que le site du blogue de la Propriétaire a été consulté par des lecteurs au Canada, pour remédier à cela, M^{me} Ettinger fournit également le rapport de l'hôte du site Web, qui montre l'emplacement des visiteurs de son blogue. Je note qu'un certain nombre de visiteurs se trouvaient au Canada.

[13] M^{me} Ettinger joint également à son affidavit des documents concernant ses comptes de médias sociaux pendant la Période pertinente [Pièce E]. Je note que beaucoup de ces documents sont illisibles. Je ne peux pas conclure que les renseignements sur les médias sociaux démontrent l'emploi de la Marque en liaison avec les Services. Ainsi, cette partie de la preuve n'est ni pertinente ni convaincante en ce qui a trait à l'analyse de l'emploi de la Marque en liaison avec les Services.

ANALYSE

Emploi de la Marque

[14] La Partie requérante fait valoir qu'il n'y a aucune preuve pour démontrer que les Services étaient fournis au Canada [observations écrites de la Partie requérante, aux para 18 et 19]. Elle soutient en outre que la nature de la relation de la Propriétaire avec l'entreprise hébergeant le site Web n'est pas indiquée. De plus, elle fait valoir qu'aucun renseignement n'a été fourni concernant l'emplacement de l'entreprise hébergeant le site Web, même si elle n'explique pas pourquoi l'emplacement de l'hôte serait pertinent. La Partie requérante prétend également que la Propriétaire

n'a aucune connaissance personnelle des activités de l'hôte du site Web et de la fiabilité des renseignements fournis [observations écrites de la Partie requérante, au para 20].

[15] La position de la Partie requérante est que, parce que les renseignements décrits ci-dessus n'ont pas été fournis, la preuve constitue un oui-dire inadmissible [observations écrites de la Partie requérante, aux para 18 à 20].

[16] La Propriétaire répond que la preuve montre que des Canadiens ont accédé au site Web contenant les billets de blogue pendant la Période pertinente. En outre, en ce qui concerne les services d'information en ligne, la Propriétaire affirme que [TRADUCTION] « la preuve à partir de laquelle on peut raisonnablement inférer que la marque de commerce était présentée sur le site Web et que les clients ont accédé aux pages Web en question peut suffire à démontrer l'emploi » [observations écrites de la Propriétaire, au para 17, citant *Norton Rose Fulbright Canada LLP/SENCRL, srl c Nectar, Inc*, 2017 COMC 80 (*Nectar*) au para 35].

[17] Même si je suis d'accord avec la Propriétaire que la preuve montre que le site Web du blogue a été consulté par des Canadiens pendant la Période pertinente, je ne considère pas que la décision dans *Nectar* appuie le principe soulevé. La preuve produite par la propriétaire dans *Nectar* n'incluait aucune donnée sur l'accès semblable à celles produites par la Propriétaire en l'espèce. En fait, les conclusions dans *Nectar* indiquent qu'il peut être possible d'inférer raisonnablement que les clients ont accédé de la publicité en ligne, alors que la preuve en l'espèce montre que plusieurs entreprises ayant des bureaux au Canada ont profité des services de la Propriétaire. Ainsi, la décision n'est pas convaincante en ce qui a trait à la question de savoir si les renseignements analytiques provenant d'un fournisseur de sites Web sont admissibles et probants.

[18] Même si je suis d'accord avec la Partie requérante que les renseignements fournis par l'hôte du site Web constituent, à première vue, un ouï-dire, je ne suis pas d'accord que cette preuve est donc inadmissible.

[19] Le ouï-dire est généralement admissible s'il satisfait aux critères de la nécessité et de la fiabilité [*Brasserie Labatt Ltée c Brasseries Molson* (1996), 68 CPR (3d) 216 (CF 1^{re} inst)]. J'estime que l'invocation par la Propriétaire de dossiers fournis par l'hôte de son site Web est, en l'espèce, à la fois nécessaire et fiable. La production de dossiers acquis auprès de l'hôte du site Web de la Propriétaire est une preuve raisonnable que le site du blogue a été visité, et que, dans certains cas, ces visiteurs se trouvaient au Canada. Il est difficile de comprendre comment la Propriétaire pourrait autrement fournir une preuve que des Canadiens ont visité son site. Je ne vois aucune raison de douter de l'origine ou de la véracité du rapport, qui semble provenir de la page du fournisseur du site Web présentant de telles données.

[20] En ce qui concerne l'argument selon lequel la Propriétaire n'a fourni aucun renseignement au sujet de sa relation avec l'entreprise hébergeant son site Web, je note que M^{me} Ettinger a identifié les services offerts par cette entreprise, à savoir l'offre de services d'hébergement de sites Web. Ces déclarations sont compatibles avec les documents fournis à l'appui. Rien de plus n'est requis, et aucun renseignement sur l'emplacement de l'entreprise hébergeant le site Web n'est pas nécessaire. Ce qui est pertinent, c'est que les Canadiens ont accédé au site du blogue de la Propriétaire où la Marque figurait en liaison avec les Services, et que ces visites ont eu lieu pendant la Période pertinente.

[21] De plus, je note que, même en ce qui concerne les procédures d'opposition disponibles en vertu de la Loi, dans le cadre desquelles des normes plus élevées en matière de preuve s'appliquent généralement, ces types de rapports provenant d'hôtes de sites Web ont déjà été jugés

admissibles [voir, par exemple, 9333-4266 *Québec inc c Clearurance, Inc*, 2020 COMC 138 au para 47].

[22] En outre, il est bien établi que, compte tenu de la nature sommaire de ces procédures, les préoccupations concernant le oui-dire peuvent influencer sur le poids plutôt que sur l'admissibilité [*1459243 Ontario Inc c Eva Gabor International, Ltd*, 2011 CF 18].

[23] La preuve de M^{me} Ettinger comprend une déclaration claire selon laquelle le site du blogue où est présentée la Marque est devenu actif en septembre 2020, et qu'il est toujours actif. Les captures d'écran de pages archivées datant de la période pertinente présentent clairement la Marque. Elle fournit des documents à l'appui sous forme de dossiers statistiques fournis par l'entité hébergeant le site, lesquels montrent le nombre total des visites, ainsi que le nombre de visites par des Canadiens. J'estime que la déclaration de M^{me} Ettinger, considérée conjointement avec les renseignements fournis par l'hôte du site Web, établit que des Canadiens ont visité le site Web du blogue de la Propriétaire à plusieurs reprises pendant la Période pertinente.

Pratique normale du commerce non requise pour les Services

[24] La Partie requérante fait valoir que la preuve ne comprend aucun renseignement concernant la pratique normale du commerce en ce qui a trait aux Services. La Partie requérante poursuit en déclarant [TRADUCTION] « [qu']il incombe à l'inscrivante, et non au registraire, d'expliquer la pratique normale du commerce dans une industrie donnée » [observations écrites de la Partie requérante, aux para 21 à 23].

[25] La Propriétaire répond qu'il n'est pas nécessaire de fournir une preuve de factures, de paiements ou de tout autre document similaire pour établir la fourniture des Services [observations écrites de la Propriétaire, aux para 20

et 21], s'appuyant sur *War Amputations of Canada c Faber-Castell Canada Inc* (1992), 41 CPR (3d) 557.

[26] L'argument concernant la preuve de la pratique normale du commerce est spécieux. Contrairement à l'article 4(1), qui concerne l'emploi d'une marque de commerce en liaison avec des produits, l'article 4(2) de la Loi porte sur les services et n'exige pas que les services soient offerts dans la « pratique normale du commerce ». Il n'y a donc rien dans la Loi qui exige que la Propriétaire démontre que les Services étaient offerts dans la pratique normale du commerce.

Preuve de paiements, d'abonnements ou d'inscriptions

[27] La Partie requérante soutient qu'il n'y a aucune preuve suggérant que quiconque a interagi avec le site Web où le blogue se trouve, notamment dans le cadre d'un paiement, d'un abonnement ou d'une inscription. Elle fait valoir également que la Propriétaire n'a pas établi que les Services ont été reçus par une personne donnée [observations écrites de la Partie requérante, au para 21].

[28] Je note qu'au moins dans une certaine mesure, des Canadiens ont interagi avec le blogue de la Propriétaire, comme en témoignent les visiteurs du site. Ces visites du site, où la Marque était clairement visible, établissent la présentation de la Marque dans l'annonce et l'exécution des Services. Même si je me trompais et que les visiteurs n'avaient pas interagi avec le site Web de la Propriétaire au point de lire des billets de blogue et donc de profiter des Services, la présentation de la Marque sur le site du blogue constitue une annonce de Services de la Propriétaire. L'annonce des services disponibles répond également à l'exigence de la loi concernant l'emploi de la Marque en liaison avec les Services.

Services fournis au moyen d'un blogue

La Partie requérante soutient que, puisque l'état déclaratif des Services mentionne [TRADUCTION] « au moyen d'un blogue », l'offre d'information dans le domaine des questions de santé touchant les femmes, comme dans des médias sociaux, ne constitue pas un emploi de la Marque en liaison avec les Services [observations écrites de la Partie requérante, au para 25].

Cependant, même si c'est le cas, je note que la preuve de la Propriétaire n'est pas limitée aux documents de médias sociaux. En fait, la Propriétaire a fourni une preuve selon laquelle elle exploite une page Web contenant des billets de blogue offrant de l'information dans le domaine des questions de santé touchant les femmes.

[29] La Partie requérante fait valoir également que les documents fournis à la Pièce A de l'affidavit de M^{me} Ettinger ne montrent que les titres des billets de blogue, et non les billets eux-mêmes. Elle soutient qu'il n'est pas évident, au regard des titres, si les billets portaient sur des questions de santé touchant les femmes. Elle fait valoir que, puisque certains titres concernent la santé des femmes, tandis que d'autres ne le font pas, les données concernant les visites du site Web ne correspondent pas nécessairement aux billets de blogue fournissant les Services [observations écrites de la Partie requérante, au para 27]. Cependant, j'estime que les billets de blogue sont liés à la santé des femmes, tant mentale que physique, comme l'égalité menstruelle, le syndrome des ovaires polykystiques, et la guérison et la récupération après une rupture, comme mentionné au paragraphe 10 ci-dessus.

[30] La Partie requérante soutient également que le choix de la Propriétaire de préciser, dans son état déclaratif, que l'offre d'information est [TRADUCTION] « au moyen d'un blogue », plutôt qu'au moyen d'un site Web, suggère qu'il existe une différence significative entre un blogue et un

site Web. Elle s'appuie sur la définition suivante tirée du dictionnaire *Oxford English Dictionary*, apparemment la version en ligne, pour soutenir qu'un blogue nécessite des mises à jour fréquentes :

[TRADUCTION]

un site Web fréquemment mis à jour, généralement géré par une seule personne et composé d'observations personnelles organisées en ordre chronologique, d'extraits d'autres sources, d'hyperliens vers d'autres sites, etc.

Oxford English Dictionary (Oxford University Press,
30 avril 2025)

ainsi que la définition du dictionnaire *Cambridge Dictionary*, encore une fois présumément la version en ligne :

[TRADUCTION]

un site Web sur lequel une personne ou un groupe publie régulièrement de nouvelles informations, souvent chaque jour

Cambridge Dictionary (Cambridge University Press,
30 avril 2025)

[31] Les procédures en vertu de l'article 45 de la Loi ne sont pas *inter partes*, et ainsi, il n'y a aucune disposition permettant à la Partie requérante de présenter une quelque preuve, encore moins sous forme de preuve non assermentée de définitions de dictionnaire. Cela dit, je peux prendre connaissance d'office des définitions de dictionnaire, ce que je ferai en l'espèce, et j'accepte que les blogues sont reconnus comme comprenant plusieurs billets.

[32] La Propriétaire soutient ce qui suit au paragraphe 23 de ses observations écrites :

[TRANSDUCTION]

Les services de l'inscrivante visent l'« offre d'information dans le domaine des questions de santé touchant les femmes au moyen d'un blogue ». Les services de l'inscrivante ne visent pas la « publication de billets de blogue ». Dans la mesure où l'inscrivante laisse les pages de blogue à la disposition du public sur son site Web, elle continue de fournir de l'information au moyen d'un blogue.

[33] La preuve suggère que les billets de blogue ont été publiés à la fin de novembre et au début de décembre 2020. J'estime que les multiples publications de la Propriétaire pendant une période relativement brève sont compatibles avec les définitions d'un blogue énoncées ci-dessus. En outre, je note que la page Web contenant les billets de blogue est clairement étiquetée « Here for Her Blog » [blogue Here for Her].

[34] De plus, je note qu'il faut se garder d'examiner avec un soin méticuleux le langage utilisé dans une déclaration de produits ou services au moment de déterminer si l'emploi d'une marque de commerce a été démontré [*Michaels c Unitop Spolka Z Organizzona Odpowiedzialnoscia*, 2020 CF 937 au para 14; et *Guangzhou Wanglaoji Grand Health Co, Ltd c Multi Access Limited*, 2024 FC 872 au para 52].

[35] À l'audience, la Partie requérante a soutenu que, puisque la preuve suggère que le site Web n'a pas été mis à jour après décembre 2020, il ne pouvait pas être considéré comme un [TRANSDUCTION] « blogue » et que les Services n'ont pas été fournis pendant la Période pertinente. Comme je l'ai noté ci-dessus, les billets de blogue produits en preuve répondent à la définition d'un blogue. Les billets de blogue de la Propriétaire existaient et étaient accessibles aux Canadiens pendant la Période pertinente. Je suis d'accord avec les commentaires de la Propriétaire formulés à l'audience

selon lesquels, dans la mesure où la preuve montre que le site du blogue a été consulté pendant la Période pertinente, le fait que la publication initiale des billets de blogue précède la Période pertinente n'est pas pertinent.

J'estime que tirer une conclusion différente nécessiterait une approche trop technique qui est incompatible avec l'objet de la procédure prévue à l'article 45 [voir *Dundee Corp c GAM Ltd*, 2014 COMC 152 au para 21; *Reckitt Benckiser (Canada) Inc c Tritap Food Broker*, 2013 COMC 65 au para 27].

Conclusion

[36] M^{me} Ettinger a des connaissances évidentes de la preuve qu'elle a fournie. Je peux tirer des inférences appropriées, c'est-à-dire des déductions raisonnablement probables et logiques à partir de faits prouvés, après avoir examiné la preuve dans son ensemble [*Sim & McBurney c En Vogue Sculptured Nail Systems Inc*, 2021 CF 172 au para 15]. Compte tenu de la preuve dans son ensemble, je conclus que la Propriétaire a satisfait à son fardeau *prima facie* de démontrer l'emploi de la Marque, au sens de l'article 4(2) de la Loi, en liaison avec les Services pendant la Période pertinente. Il n'y a aucune raison de conclure que la Marque constitue du bois mort.

DÉCISION

[37] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, l'enregistrement sera maintenu selon les dispositions de l'article 45 de la Loi.

Coleen Morrison
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Anne Laberge
Hamza Essamir

Comparutions et agents inscrits au dossier

DATE DE L'AUDIENCE : 2025-10-01

COMPARUTIONS

Pour la Partie requérante : Gary Daniel

Pour la Propriétaire inscrite : Cynthia Mason

AGENTS AU DOSSIER

Pour la Partie requérante : Deeth Williams Wall LLP

Pour la Propriétaire inscrite : Cynthia D. Mason