

Cour fédérale



Federal Court

Date : 20160818

Dossier : T-1343-15

Référence : 2016 CF 949

[TRADUCTION FRANÇAISE]

Ottawa (Ontario), le 18 août 2016

En présence de monsieur le juge Manson

ENTRE :

TRANS-HIGH CORPORATION

demanderesse

et

**CONSCIOUS CONSUMPTION INC.,
LUCELENE PANCINI ET
DIMITRIOS HATZOGLIDIS (ALIAS)
JIMMY HATZOGLIDIS, EXERÇANT
PARFOIS LEURS ACTIVITÉS
INDIVIDUELLEMENT OU
COLLECTIVEMENT SOUS LE NOM
HIGH TIMES**

défendeurs

JUGEMENT ET MOTIFS

I. Introduction

[1] La Cour est saisie d'une demande portant sur des contraventions alléguées à l'alinéa 7b), au paragraphe 22(1) et aux articles 19 et 20 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. (1985), ch. T-13 [la « Loi »] commises par les défendeurs.

II. Questions en litige

[2] Les questions en litige soulevées dans la présente demande sont les suivantes :

- i. Lucelene Pancini et Dimitrios Hatzoglidis (alias Jimmy Hatzoglidis), à titre individuel, sont-ils personnellement responsables des violations alléguées des droits conférés par les marques de commerce de la demanderesse?
- ii. Ont-ils usurpé les marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse et les enregistrements TMA 243,863 et TMA 896,788 y afférents, en violation des articles 19 et 20 de la Loi?
- iii. Ont-ils appelé l'attention du public sur leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise de manière à causer ou à vraisemblablement causer de la confusion au Canada entre leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise et ceux de la demanderesse, en violation de l'alinéa 7b) de la Loi?
- iv. Ont-ils utilisé les marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse d'une manière susceptible d'entraîner la diminution de la valeur de l'achalandage attaché à ces marques de commerce, en contravention du paragraphe 22(1) de la Loi?
- v. Sont-ils responsables envers la demanderesse des dommages-intérêts et des dépens et, le cas échéant, pour quel montant?

III. Contexte

[3] La demanderesse Trans-High Corporation [Trans-High] est une société dont le principal lieu d'affaires est situé au 250 West 57th Street, Suite 920, New York, NY 10107, ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE.

[4] La demanderesse est propriétaire des marques de commerce canadiennes HIGH TIMES, enregistrement n° TMA 243,868 (enregistrée depuis 1980 et employée en liaison avec des magazines) et HIGHTIMES, enregistrement n° TMA 896,788 (employée en liaison avec divers services de magasin de détail ainsi qu'avec la distribution de gros et de détail liée aux accessoires pour fumeurs et autres produits depuis 1986 et 1990, respectivement). La demanderesse a également une demande de marque de commerce canadienne en instance, enregistrement n° 1,679,221 pour la marque HIGH TIMES pour un emploi en liaison avec divers produits et services. Les détails des marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse, ainsi que la demande de marque de commerce HIGH TIMES en instance sont joints à l'annexe A.

[5] Depuis son lancement il y a plus de 40 ans, le magazine HIGH TIMES de la demanderesse [la « publication »] s'est fait connaître pour la grande qualité de ses photographies ainsi que pour son journalisme avant-gardiste abordant un vaste éventail de sujets, comme la politique, la musique, le cinéma et l'activisme s'intéressant à la contre-culture, y compris, sans toutefois s'y limiter, la décriminalisation et la légalisation de la marijuana.

[6] La marque de commerce HIGH TIMES est bien connue au Canada des consommateurs qui adhèrent au courant de la contre-culture, et la demanderesse a largement utilisé cette marque en lien avec la vente d'un vaste éventail de produits portant la marque de commerce HIGH TIMES. Les marchandises arborant la marque HIGH TIMES [les « marchandises portant la marque de commerce High Times »] ont d'abord été mises en vente par l'intermédiaire de la publication et par correspondance, puis dans des magasins de détail, des festivals et sur Internet dans la boutique en ligne HIGH TIMES, à l'adresse www.headshop.hightimes.com.

[7] Parmi les marchandises portant la marque de commerce High Times disponibles par commandes postales par l'intermédiaire de la publication, laquelle était et est toujours distribuée au Canada, figurent des articles et accessoires pour fumeurs, comme du papier pour cigarettes (depuis l'édition de juin 1983), des briquets (depuis l'édition de novembre 1984) et des cendriers (depuis l'édition de novembre 1998).

[8] Les consommateurs canadiens ont également été exposés à une vaste gamme de produits et services désignés par la marque HIGH TIMES sur le site Web officiel de HIGH TIMES (www.headshop.hightimes.com).

[9] Selon l'affidavit de Mary McEvoy, éditrice et responsable des événements de Trans-High, la publication est vendue au Canada depuis 1982 dans les kiosques à journaux, les détaillants et les grossistes, y compris les détaillants au service du marché de la contre-culture. Ce marché comprend notamment l'usage médical et récréatif de la marijuana. Un examen du dossier de demande de la demanderesse montre également que l'usage de la marijuana est un

volet important de la publication, laquelle fait l'objet d'articles de presse ou a été mentionnée dans de tels articles dès 1993.

[10] Selon l'affidavit de M^{me} McEvoy, après des décennies d'utilisation et de promotion de la marque de commerce HIGH TIMES au Canada, la demanderesse a acquis un achalandage important à l'échelle du Canada pour sa marque HIGH TIMES employée en liaison avec la publication, divers produits (y compris des accessoires pour fumeurs, comme des cendriers, des briquets, des DVD, des t-shirts et des casquettes), et la vente et distribution de ces articles par les détaillants et les grossistes. La demanderesse a signé un certain nombre d'ententes de distribution concernant la publication et diverses marchandises portant la marque de commerce High Times, tel qu'il appert des diverses pièces jointes à l'affidavit de M^{me} McEvoy.

[11] La marque de commerce HIGH TIMES est distinctive des marchandises de la demanderesse au Canada (y compris dans la région de Toronto, en Ontario) quant à l'ensemble des produits et services décrits dans l'affidavit de M^{me} McEvoy.

[12] La société défenderesse Conscious Consumptions Inc. est une société constituée en vertu des lois de la province de l'Ontario, dont le numéro d'entreprise de l'Ontario est le 1867928 et dont le siège social est situé au 714, rue Bloor Ouest à Toronto (Ontario).

[13] La défenderesse Lucelene Pancini, à titre individuel, est une administratrice inscrite, et semble être la propriétaire et l'âme dirigeante de la société défenderesse. L'adresse de M^{me} Pancini est inscrite dans les registres tenus par le ministère des Services gouvernementaux

et des Services aux consommateurs de l'Ontario comme étant le 8185, avenue Laidlaw, Washago (Ontario).

[14] Le défendeur Dimitrios Hatzoglidis (alias Jimmy Hatzoglidis), à titre individuel, figure dans le matériel publicitaire des défendeurs et dans des publications sur la boutique comme étant le propriétaire de la société défenderesse. Son adresse actuelle n'est pas connue.

[15] Les défendeurs exploitent un magasin de détail [la « boutique »] situé au 714, rue Bloor Ouest, à Toronto (Ontario), qui vend des articles pour fumeurs et des marchandises connexes, et vise le marché de la contre-culture. La société défenderesse a été constituée en société en février 2012, et il appert qu'elle a exploité la boutique de façon continue à partir de cet emplacement en liaison avec la marque de commerce HIGH TIMES, depuis au moins 2012.

[16] Le nom et la marque « HIGH TIMES » étaient très bien mis en évidence sur la signalisation extérieure de la boutique depuis au moins la fin de 2012, et les défendeurs ont largement utilisé le nom et la marque « HIGH TIMES » dans leur matériel publicitaire en ligne relativement à leur entreprise.

[17] La boutique vend une variété de produits et d'accessoires pour fumeurs liés à la contre-culture, comme des pipes en verre, des bongs ainsi que d'autres accessoires et marchandises, comme des bijoux, des vêtements et des objets décoratifs.

[18] La demanderesse n'a jamais autorisé l'un quelconque des défendeurs à adopter ou à utiliser une marque ou un nom comprenant les mots « HIGH TIMES » en rapport avec leur entreprise.

[19] Malgré les tentatives répétées de la demanderesse de régler ce conflit depuis septembre 2015, les défendeurs ne se sont pas conformés aux demandes de la demanderesse de cesser toute utilisation des mots « HIGH TIMES », de s'engager par écrit à cet égard et de lui verser une indemnité pour les contrefaçons alléguées et les frais juridiques.

IV. Analyse

A. *Les défendeurs Lucelene Pancini et Dimitrios Hatzoglidis sont-ils, individuellement ou collectivement, responsables des violations alléguées des droits conférés par les marques de commerce de la demanderesse?*

[20] Dans la décision *Mentmore Manufacturing Co., Ltd v. National Merchandise Manufacturing Co. Inc.*, [1978] FCJ No 521, au paragraphe 28, la Cour d'appel fédérale a expliqué les circonstances dans lesquelles les défendeurs sont tenus personnellement responsables d'une violation commise par la société :

[TRADUCTION]

[...] À mon avis, il existe toutefois certainement des circonstances à partir desquelles il y a lieu de conclure que ce que visait l'administrateur ou le dirigeant n'était pas la conduite ordinaire des activités de fabrication et de vente de celle-ci, mais plutôt la commission délibérée d'actes qui étaient de nature à constituer une contrefaçon ou qui reflètent une indifférence à l'égard du risque de contrefaçon.

[21] Selon les documents dont dispose la Cour, la défenderesse Lecelene Pancini, à titre individuel, figure à titre d'administratrice inscrite et semble être propriétaire de la société défenderesse Conscious Consumption Inc. Elle a reçu signification d'un avis l'informant de l'instance.

[22] Selon les documents dont dispose la Cour, le défendeur Dimitrios Hatzoglidis, à titre individuel, est décrit comme propriétaire de la société défenderesse. Il a reçu signification d'un avis l'informant de l'instance.

[23] Je comprends la frustration de la demanderesse à l'égard des violations commises par les défendeurs, de leur omission de reconnaître les droits conférés par les marques de commerce de la demanderesse, de négocier toute forme d'entente et de participer au processus judiciaire.

[24] Néanmoins, en décidant d'agir par voie de demande, la demanderesse a choisi de renoncer à tout interrogatoire préalable et à la possibilité d'exiger d'autres renseignements plus précis visant à établir la responsabilité personnelle des défendeurs à titre individuel. La demanderesse doit établir que l'un des défendeurs ou les deux ont agi au-delà de leurs fonctions habituelles dans la direction de la société défenderesse, de manière à ce qu'il y ait des éléments de preuve clairs d'une commission délibérée d'actes qui étaient de nature à constituer une contrefaçon ou qui reflètent une indifférence à l'égard du risque de contrefaçon.

[25] Après avoir examiné les éléments de preuve présentés par la société défenderesse, soit les documents de la société et les messages affichés sur les sites de réseaux sociaux, qui indiquent

clairement que les deux défendeurs à titre individuel sont les propriétaires et les âmes dirigeantes de la société défenderesse, et après avoir conclu que leur contrefaçon intentionnelle des droits conférés par les marques de commerce de la demanderesse ne peut s'inscrire dans l'exercice légitime de leurs fonctions à titre de dirigeants, d'administrateurs ou d'âmes dirigeantes de la société défenderesse, je conclus que chacun des défendeurs, à titre individuel, est responsable des actes de contrefaçon décrits ci-dessous.

B. *Les défendeurs ont-ils usurpé les marques de commerce déposées HIGHTIMES et HIGH TIMES de la demanderesse en violation des articles 19 et 20 de la Loi?*

[26] Le critère permettant de déterminer si l'utilisation du nom HIGH TIMES par les défendeurs crée de la confusion avec la marque déposée HIGH TIMES de la demanderesse est celui de la première impression que laisse dans l'esprit du « consommateur ordinaire plutôt pressé » la vue de la marque ou du nom des défendeurs, alors qu'il n'a qu'un vague souvenir du nom commercial ou de la marque de commerce de la demanderesse, et pourrait probablement penser que les marchandises ou services des défendeurs proviennent de la même source que ceux de la demanderesse, peu importe si les produits ou services des parties sont de la même catégorie générale (*Masterpiece Inc. c. Alavida Lifestyles Inc.*, 2011 CSC 27, aux paragraphes 39 à 45; *Veuve Clicquot Ponsardin c. Boutiques Cliquot Ltée*, 2006 CSC 25, aux paragraphes 18 à 21 [*Veuve Clicquot*]).

[27] Dans son analyse sur la confusion suscitée autour de la marque de commerce, la Cour doit tenir compte de toutes les circonstances pertinentes, comme le précise le paragraphe 6(5) de la Loi :

- 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 marchandises, services ou entreprises;
- D. la nature du commerce;
- E. le degré de ressemblance entre les marques de commerce ou les noms commerciaux dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'ils suggèrent.

[28] La période d'utilisation et la mesure dans laquelle les marques de commerce des parties sont devenues connues sont des éléments qui jouent en faveur de la demanderesse. La marque HIGH TIMES de la demanderesse est enregistrée et utilisée depuis des décennies, en liaison avec la publication et les marchandises portant la marque de commerce High Times, comme il est décrit au paragraphe 4 ci-dessus. La marque de commerce HIGHTIMES de la demanderesse est utilisée au Canada depuis 1986 pour certains services, et depuis 1990 pour d'autres services connexes, comme il est décrit au paragraphe 4 ci-dessus. Les marques de commerce sont bien connues au Canada des consommateurs concernés qui adhèrent au courant de la contre-culture, autant comme magazine que comme source de marchandises et de services connexes, y compris les accessoires pour fumeurs. Il a été confirmé que la boutique des défendeurs n'exerce ses activités que depuis 2012 ou 2013. De plus, il existe très peu d'éléments de preuve quant à la

mesure dans laquelle la boutique est devenue connue, sauf pour les cours de yoga sous le nom commercial Conscious Consumption et son utilisation de HIGH TIMES dans les messages affichés sur les sites de réseaux sociaux, comme la preuve le démontre.

[29] Il existe également un chevauchement évident entre, d'une part, les activités liées au magazine de la demanderesse et aux marchandises connexes vendues par l'intermédiaire de sa publication, de ses points de vente au détail et sur le site Web, et d'autre part, les marchandises vendues dans la boutique de la défenderesse et dans les messages affichés sur les sites de médias sociaux. Les groupes et les consommateurs visés par les deux parties sont les mêmes ou sont très similaires. Les deux parties vendent aussi leurs marchandises par l'intermédiaire des canaux de vente au détail et des canaux en ligne.

[30] L'utilisation que fait la demanderesse de HIGH TIMES comme nom commercial et marque de commerce est identique à celle des défendeurs.

[31] J'estime qu'il y a suffisamment d'éléments de preuve pour conclure qu'il existe une probabilité de confusion entre l'utilisation que fait la demanderesse de sa marque de commerce HIGH TIMES en liaison avec sa publication et ses marchandises connexes vendues par l'intermédiaire de sa publication, de son site Web www.headshop.hightimes.com et des points de vente au détail, et l'utilisation proéminente antérieure qu'ont fait les défendeurs de HIGH TIMES sur la devanture de leur boutique, l'utilisation continue que ces derniers font du motif de cannabis en liaison avec la vente de marchandises de la contre-culture dans leur boutique, ainsi que l'utilisation de HIGH TIMES sur leur site Web et dans leur publicité en ligne.

[32] Les défendeurs ont usurpé les marques de commerce HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse en violation des articles 19 et 20 de la Loi.

C. *Les défendeurs ont-ils appelé l'attention du public sur leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise de manière à causer ou à vraisemblablement causer de la confusion au Canada, lorsqu'ils ont commencé à y appeler ainsi l'attention, entre leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise et ceux de la demanderesse, en violation de l'alinéa 7b) de la Loi?*

[33] La preuve fournie par la demanderesse permet de conclure que celle-ci jouit d'une réputation suffisante au Canada, de façon à ce que l'utilisation non autorisée antérieure de HIGH TIMES par les défendeurs sur la devanture de leur boutique, qui n'a cessé que tout récemment, leur publicité en ligne continue en liaison avec le nom commercial et la marque de commerce HIGH TIMES, ainsi que leur utilisation continue de HIGH TIMES sur les marchandises au détail vendues dans leur boutique pourrait induire en erreur et causer des dommages à la réputation de la demanderesse.

[34] Les défendeurs ont laissé entendre que leurs activités et leurs marchandises étaient d'une certaine façon associées ou liées aux activités et aux marchandises de la demanderesse, en violation de l'alinéa 7b) de la Loi.

D. *Les défendeurs ont-ils utilisé les marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse d'une manière susceptible d'entraîner la diminution de la valeur de l'achalandage attaché à cette marque de commerce, en contravention du paragraphe 22(1) de la Loi?*

[35] La Cour suprême du Canada s'est penchée sur l'article 22 de la *Loi sur les marques de commerce* et a conclu que l'achalandage attaché à une marque de commerce est susceptible de

diminuer par suite d'un emploi qui ne crée pas de confusion, si la célébrité et l'achalandage de la marque de commerce transcendent les marchandises ou les services auxquels elle est habituellement associée. Lorsqu'elle évalue la dépréciation, la Cour examinera le degré de reconnaissance de la marque par les consommateurs de la population de référence, et se posera la question suivante : « L'achalandage est-il susceptible d'être déprécié? » (*Veuve Clicquot*, précité).

[36] J'estime que, compte tenu des éléments suivants :

- i. l'utilisation et l'utilisation réelle par les défendeurs de la marque de commerce déposée HIGH TIMES de la demanderesse;
- ii. la perte de contrôle de la qualité sur les marques de commerce déposées de la demanderesse découlant de l'utilisation non autorisée de HIGH TIMES par les défendeurs;
- iii. la perte non seulement éventuelle, mais réelle du caractère distinctif des marques de commerce HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse si les défendeurs étaient autorisés à poursuivre leur utilisation non autorisée de HIGH TIMES;
- iv. les caractéristiques et la qualité inférieures des marchandises offertes par les défendeurs et associées à la marque de commerce HIGH TIMES de la demanderesse;
- v. le fait qu'il n'y ait aucune raison que les défendeurs adoptent et utilisent la marque de commerce HIGH TIMES de la demanderesse, sauf pour compromettre l'achalandage et la réputation attachés aux marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse;

la valeur de l'achalandage attaché aux marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse est susceptible de diminuer en raison de l'utilisation non autorisée par les défendeurs du nom commercial et de la marque de commerce HIGH TIMES.

E. *Quelle est la responsabilité des défendeurs en ce qui a trait aux dommages-intérêts et aux dépens?*

[37] La demanderesse cherche à obtenir un jugement déclaratoire et une injonction, ainsi que des dommages-intérêts au titre de frais de licence possibles se situant dans une fourchette allant de 150 000 \$ à 200 000 \$ pour les trois à quatre années au cours desquelles les défendeurs ont usurpé les droits conférés par la marque de commerce de la demanderesse. À titre subsidiaire, la demanderesse réclame au moins 25 000 \$ qu'elle estime être un montant adéquat à titre de dommages-intérêts.

[38] La demanderesse allègue également que les frais juridiques et les débours engagés lors de l'audience sont supérieurs à 10 000 \$.

[39] Aucun élément de preuve ne permet d'étayer le montant réclamé au titre de frais de licence et de dommages-intérêts possibles, si ce n'est qu'une simple affirmation faite par l'auteur de l'affidavit présentée par la demanderesse soit M^{me} McEvoy. Aucune licence volontaire n'a jamais été octroyée à d'autres parties par la demanderesse pouvant servir de cadre de référence autre qu'une simple conjecture.

[40] Cependant, compte tenu des facteurs que j'ai mentionnés au paragraphe 24 ci-dessus, j'estime qu'un montant de 25 000 \$ à titre de dommages-intérêts est raisonnable.

[41] J'accepte également les observations de la demanderesse quant aux dépens devant être établis à 10 000 \$.

JUGEMENT

LA COUR REND LE JUGEMENT SUIVANT :

1. Les défendeurs :
 - a. ont usuré et sont réputés avoir usuré les marques de commerce HIGH TIMES (enregistrement n° TMA243,868) et HIGHTIMES (enregistrement n° TMA896,788), en violation des articles 19 et 20 de la Loi sur les marques de commerce, L.R.C. (1985), ch. T-13 [la « Loi »];
 - b. ont appelé l'attention du public sur leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise de manière à causer ou à vraisemblablement causer de la confusion au Canada entre leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise et ceux de la demanderesse, en violation de l'alinéa 7b) de la Loi;
 - c. ont utilisé les marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse d'une manière susceptible d'entraîner la diminution de la valeur de l'achalandage attaché à ces marques de commerce, en contravention du paragraphe 22(1) de la Loi;

en raison de leur utilisation de la marque de commerce ou du nom commercial HIGH TIME associé à l'exploitation d'un magasin de détail sur le thème de la marijuana, situé à Toronto, semblable au point de créer de la confusion avec la marque de la demanderesse, sans obtenir le consentement, la licence ou la permission de cette dernière.
2. Les défendeurs, à titre individuel, ainsi que les sociétés affiliées et filiales et toutes les autres sociétés et entreprises connexes de la société défenderesse, ses directeurs, administrateurs, employés, successeurs et ayants droit respectifs, de même que toute

autre personne sur laquelle l'une quelconque des personnes susmentionnées exerce une autorité, directement ou indirectement, se voient interdire de façon permanente :

- a. de vendre ou de distribuer des marchandises ou des services associés à une marque de commerce ou à un nom commercial qui pourrait être confondu avec les marques de commerce déposées HIGH TIMES et HIGHTIMES de la demanderesse, y compris, sans toutefois s'y limiter, toute marque ou tout nom qui comprend les éléments « HIGH TIMES » ou « HIGHTIMES » ou encore d'en faire la publicité, en violation des articles 19 et 20 de la Loi;
- b. d'appeler l'attention du public sur leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise de manière à créer ou à vraisemblablement créer de la confusion au Canada entre leurs marchandises, leurs services ou leur entreprise et les marchandises, les services ou l'entreprise de la demanderesse, en violation de l'alinéa 7b) de la Loi, y compris, sans toutefois s'y limiter, en adoptant ou en utilisant les mots « HIGH TIMES » ou « HIGHTIMES » ou en en faisant la promotion en tant que partie de toute marque de commerce, de tout nom commercial, style commercial, dénomination sociale, nom d'entreprise, nom de domaine (y compris tout nom de domaine actif ou simple nom de domaine redirigé) ou de tout nom de compte lié à un réseau social;
- c. d'utiliser les marques de commerce déposées « HIGH TIMES » et « HIGHTIMES » de la demanderesse d'une manière susceptible d'entraîner la diminution de la valeur de l'achalandage attaché à cette marque de commerce, en contravention du paragraphe 22(1) de la Loi.

3. Les défendeurs doivent rendre ou détruire sous serment toute marchandise, tout emballage, toute étiquette et tout matériel de publicité en leur possession, en leur pouvoir ou sous leur contrôle, ainsi que toute matrice utilisée à ce titre, qui porte les marques de commerce HIGH TIMES ou HIGHTIMES de la demanderesse ou tout autre nom de marque de commerce ou nom commercial semblable au point de créer de la confusion ou qui est ou serait contraire au présent jugement, conformément à l'article 53.2 de la Loi.
4. Les défendeurs sont solidairement tenus de payer à la demanderesse la somme de 25 000 \$ en dommages-intérêts en raison de leur contravention à la Loi, à laquelle s'appliquera un intérêt annuel de 5 % qui commencera à courir à la date du présent jugement.
5. La demanderesse a droit aux dépens afférents à la demande, fixés à la somme forfaitaire de 10 000 \$ et payables immédiatement par les défendeurs, solidairement.

« Michael D. Manson »

Juge

ANNEXE « A »

Information relative aux marques de commerce canadiennes : 1679221 – Base de données sur les marques de commerce canadiennes – Propriété intellectuelle...

Page 1 de 2



Canadian Intellectual
Property Office
An Agency of
Industry Canada

Office de la propriété
intellectuelle du Canada
Un organisme
d'Industrie Canada

Canada

Office de la propriété intellectuelle du Canada

Information relative aux marques de commerce canadiennes

Énoncé de désistement de responsabilité concernant l'information provenant de tiers

[Back to search](#)

La dernière mise à jour de la base de données remonte au : 2016-08-16

NUMÉRO DE DEMANDE :

1679221

STATUT :

PRODUITE :

FORMALITÉS ACCOMPLIES :

PUBLIÉE :

NUMÉRO D'ENREGISTREMENT :

non enregistrée

ADMISE

2014-05-30

2014-06-03

2015-04-29

REQUÉRANT :

Trans-High Corporation
250 West 57th Street
Suite 920
New York, NY 10107
ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

AGENT :

SHAPIRO COHEN LLP
SUITE 830, TOWER B
555 LEGGET DRIVE
OTTAWA
ONTARIO K2K 2X3

REPRÉSENTANT POUR SIGNIFICATION :

SHAPIRO COHEN LLP
SUITE 830, TOWER B
555 LEGGET DRIVE
OTTAWA
ONTARIO K2K 2X3

MARQUE DE COMMERCE (Mot) :

HIGH TIMES

RUBRIQUES D'INDEX :
HIGH TIMES

PRODUITS :

(1) Electrical apparatus, namely, pre-recorded CDs featuring music; pre-recorded DVDs featuring videos about cannabis.

(2) Magazines.

<http://www.ic.gc.ca/app/opic-cipo/trdmrks/srch/vwTrdmrk.do?lang=fra&status=OK&fileNumber=1679221&extension=0&startingDocumentIndexOnPage=1>

2016-08-17

Information relative aux marques de commerce canadiennes : 1679221 – Base de données sur les marques de commerce canadiennes – Propriété intellectuelle...

Page 2 de 2

(3) Casual wear.

(4) Books; posters, decals, stationary, namely, postcards, booklets, brochures and advertising pamphlets.

SERVICES :

(1) Financial and investment consultation; investment advice; investment of funds for others.

(2) Organization and arrangement of exhibitions, organizing harvest festivals, organization and arrangement of educational and instructional seminars and conferences in the field of cannabis; organization and arrangement of exhibitions for educational, cultural and entertainment purposes in the field of cannabis.

INFORMATION RELATIVE DE CLASSIFICATION :

Les données relatives à la classification sont fournies à des fins d'information et de recherche seulement. L'OPIC ne garantit pas l'exactitude des classes attribuées à la marque de commerce. Ces données n'ont aucune valeur juridique.

9 - Appareils électriques, scientifiques, d'enseignement et logiciels

16 - Papier et produits de l'imprimerie

25 - Vêtements, chaussures, chapellerie

36 - Assurances et financières

41 - Éducation et divertissement

REVENDECTION(S) :

Used in CANADA since at least as early as 2000 on goods (1), (4).

Used in CANADA since at least as early as 1982 on goods (2).

Used in CANADA since at least as early as 1990 on goods (3).

Used in CANADA since at least as early as October 2008 on services (2).

Proposed Use in CANADA on services (1).

MARQUES LIÉES :

TMA243,868 TMA896,788

Information sur les actions

ACTION	DATE	BF	COMMENTAIRES
Produite	2014-05-30		
Créée	2014-06-02		
Formalisée	2014-06-03		
Recherche enregistrée	2014-12-18		
Premier rapport de l'examineur	2014-12-18	2015-06-18	
Avis d'approbation envoyé	2015-02-09	2015-03-09	
Approuvée	2015-04-02		APPROVED BY PROGRAM EX200M1
Extraite pour publication	2015-04-24		Vol.62 Issue 3157 2015/04/29
Publiée	2015-04-29		Vol.62 Issue 3157
Admise	2015-08-14		
Avis d'admission envoyé	2015-08-14	2017-05-30	

Dernière mise à jour : 2016-08-20

<http://www.ic.gc.ca/app/opic-cipo/trdmrks/srch/vwTrdmrk.do?lang=fr&status=OK&fileNumber=1679221&extension=0&startingDocumentIndexOnPage=12016-08-17>



Canadian Intellectual
Property Office
An Agency of
Industry Canada

Office de la propriété
intellectuelle du Canada
Un organisme
d'Industrie Canada

0021

Marques de commerce
Certificat d'authenticité

Le(la) soussigné(e) certifie par la présente que le document ci-joint est une copie authentique de l'enregistrement officiel de la marque de commerce effectué sous le numéro TMA 243,868 conformément à la Loi sur les marques de commerce.

Conformément aux dispositions de la *Loi sur les marques de commerce*, la présente marque de commerce est enregistrée pour 15 années à compter de la date d'enregistrement ou de la dernière date de renouvellement indiquée dans le document ci-joint, qui contient tous les renseignements sur l'enregistrement.

Trade-marks
Certificate of Authenticity

The undersigned hereby certifies that the attached document is a true copy of the record of the registration of the trade-mark registered under No. TMA 243,868 in accordance with the Trade-marks Act.

In accordance with the provisions of the *Trade-marks Act*, this trade-mark is registered for 15 years from the registration date or the latest renewal date shown on the attached particulars of registration.

HIGH TIMES

SIGNED

Agent certificateur/Certifying Officer

8 jan/Jan 2016

Date

Canada

(CIPO 00200)
09-2015



0022

APPL'N/DEM. NO 431 250

REGISTRATION/ENREGISTREMENT NO TMA243,868

FILING DATE/DATE DE PRODUCTION:

23 oct/Oct 1978

REGISTRATION DATE/DATE D'ENREGISTREMENT:

25 avr/Apr 1980

RENEWAL DATE/DATE DE RENOUELEMENT:

25 avr/Apr 2010

REGISTRANT/PROPRIÉTAIRE ORIGINAL:

TRANS-HIGH CORPORATION
250 West 57th Street
Suite 920
New York, NY 10107
ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

REP FOR SERVICE/REP POUR SIGNIFICATION:

SHAPIRO COHEN LLP
SUITE 200
411 LEGGET DRIVE
OTTAWA
ONTARIO K2K 3C9

TRADE-MARK/MARQUE DE COMMERCE:

HIGH TIMES

GOODS/PRODUITS:

Magazine.

CLAIMS/REVENDEICATIONS:

Used in CANADA since at least as early as September 23, 1974 on goods.

Used in UNITED STATES OF AMERICA on goods.

Registered in or for UNITED STATES OF AMERICA on September 07, 1976 under No. 1047654 on goods.

FOOTNOTES/NOTES:

OWNER ADDRESS CHANGE/CHANGEMENT D'ADRESSE DU PROPRIÉTAIRE:

DATE REGISTERED/DATE DE L'ENREGISTREMENT: 19 mai/May 1995

OWNER ADDRESS CHANGE/CHANGEMENT D'ADRESSE DU PROPRIÉTAIRE:

DATE REGISTERED/DATE DE L'ENREGISTREMENT: 17 sept/Sep 2009

COMMENTS/COMMENTAIRES: Voir Preuve au dossier/See evidence on File No 431250

APPL'N/DEM. NO 431 250

REGISTRATION/ENREGISTREMENT NO TMA243,868

0023

OWNER ADDRESS CHANGE/CHANGEMENT D'ADRESSE DU PROPRIÉTAIRE:

DATE REGISTERED/DATE DE L'ENREGISTREMENT: 17 sept/Sep 2009

COMMENTS/COMMENTAIRES: Voir Preuve au dossier/See evidence on File No. 431250

OWNER ADDRESS CHANGE/CHANGEMENT D'ADRESSE DU PROPRIÉTAIRE:

DATE REGISTERED/DATE DE L'ENREGISTREMENT: 15 fév/Feb 2013

COMMENTS/COMMENTAIRES: Voir Preuve au dossier/See evidence on File No. 431250

08 janv/Jan 2016

JF-12

Page 2



Canadian Intellectual
Property Office
An Agency of
Industry Canada

Office de la propriété
intellectuelle du Canada
Un organisme
d'Industrie Canada

0024

Marques de commerce

Certificat d'authenticité

Le(la) soussigné(e) certifie par la présente que le document ci-joint est une copie authentique de l'enregistrement officiel de la marque de commerce effectué sous le numéro TMA 896,788 conformément à la Loi sur les marques de commerce.

Conformément aux dispositions de la *Loi sur les marques de commerce*, la présente marque de commerce est enregistrée pour 15 années à compter de la date d'enregistrement ou de la dernière date de renouvellement indiquée dans le document ci-joint, qui contient tous les renseignements sur l'enregistrement.

Trade-marks

Certificate of Authenticity

The undersigned hereby certifies that the attached document is a true copy of the record of the registration of the trade-mark registered wider No. TMA 896,788 in accordance with the Trade-marks Act.

In accordance with the provisions of the *Trade-marks Act*, this trade-mark is registered for 15 years from the registration date or the latest renewal date shown on the attached particulars of registration.

HIGHTIMES

SIGNED

Agent certificateur/Certifying Officer

8 jan/Jan 2016

Date

Canada

(CIPO 00200)
09-2015



APPL'N/DEM. NO 1 544 908

REGISTRATION/ENREGISTREMENT NO TMA896,788

0025

FILING DATE/DATE DE PRODUCTION:
REGISTRATION DATE/DATE D'ENREGISTREMENT:

23 sept/Sep 2011
18 fév/Feb 2015

REGISTRANT/PROPRIÉTAIRE ORIGINAL:

TRANS-HIGH CORPORATION
250 West 57th Street Suite 920
New York, New York 10107
ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

REP FOR SERVICE/REP POUR SIGNIFICATION:

GOWLING LAFLEUR HENDERSON LLP
SUITE 1600
1 FIRST CANADIAN PLACE
100 KING STREET WEST
TORONTO
ONTARIO M5X 105

TRADE-MARK/MARQUE DE COMMERCE:

HIGHTIMES

SERVICES:

- (1) Operation of retail stores offering for sale, distributing and selling smoking articles, posters, books, tins, ashtrays, shooter glasses, bottle openers, money clips, mugs, card holders, wrist bands, playing cards.
- (2) Wholesale and retail distribution and sale of smoking articles, posters, books, tins, ashtrays, shooter glasses, bottle openers, money clips, mugs, card holders, wrist bands, playing cards.

CLAIMS/REVENDEICATIONS:

Used in CANADA since at least as early as 1986 on services (1); 1990 on services (2).

08 janv/Jan 2016

JF-12

Page 1

COUR FÉDÉRALE

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER

DOSSIER : T-1343-15

INTITULÉ : TRANS-HIGH CORPORATION c.
CONSCIOUS CONSUMPTION INC ET AL

LIEU DE L'AUDIENCE : TORONTO (ONTARIO)

DATE DE L'AUDIENCE : LE 10 AOÛT 2016

JUGEMENT ET MOTIFS : LE JUGE MANSON

DATE DES MOTIFS : LE 18 AOÛT 2016

COMPARUTIONS :

James Green

POUR LA DEMANDERESSE

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER :

GOWLING LAFLEUR HENDERSON LLP
Toronto (Ontario)

POUR LA DEMANDERESSE