

Cour fédérale



Federal Court

Date : 20140306

**Dossiers : T-1664-11
T-1665-11**

Référence : 2014 CF 223

[TRADUCTION FRANÇAISE CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

Ottawa (Ontario), le 6 mars 2014

En présence de monsieur le juge de Montigny

ENTRE :

LONDON DRUGS LIMITED

demanderesse

et

INTERNATIONAL CLOTHIERS INC.

défenderesse

MOTIFS DU JUGEMENT ET JUGEMENT

[1] La Cour est saisie d'un appel interjeté, conformément à l'article 56 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi), de deux décisions rendues le 26 juillet 2011 par M^{me} Andrea Flewelling (l'agente [membre de la COMC]) de la Commission des oppositions des marques de commerce (la Commission) de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (l'OPIIC), en vertu des pouvoirs que le registraire des marques de commerce lui a conférés. Ces

décisions concernent les demandes d'enregistrement n° 1,280,468 et n° 1,280,469 (les demandes d'enregistrement de marque de commerce).

Contexte factuel


[2] Le 22 novembre 2005, International Clothiers Inc. (INC, la défenderesse) a produit les demandes n^{os} 1 280 468 et 1 280 469, aux fins de l'enregistrement de la marque de commerce SMITH & BARNES LONDON au Canada. Ces demandes déposées étaient fondées sur un emploi projeté en liaison avec des « services de magasin de vente au détail de vêtements; services de magasin à rayons » (demande n° 1,280,468 – la demande visant l'enregistrement des services) et une vaste gamme de marchandises (demande n° 1,280,469 – la demande visant l'enregistrement des marchandises) qui peuvent être regroupées dans les catégories suivantes : vêtements, accessoires pour femmes (chapeaux, gants, pinces à cheveux, bijoux, etc.), articles non durables (sacs à main, portefeuilles, serviettes), articles ménagers (batterie de cuisine, articles-cadeaux, articles de table), accessoires de cuisine, mobilier et articles décoratifs (meubles, literie, oreillers, serviettes, etc.). La liste complète des marchandises figure à l'annexe A.

[3] La demande visant l'enregistrement des services a été annoncée à des fins d'opposition le 17 octobre 2007 dans le *Journal des marques de commerce* du Canada. Un erratum a été publié le 7 novembre 2007 pour corriger une erreur de publication qui avait incorrectement inclus un désistement pour les mots SMITH et BARNES. Le 17 décembre 2007, la demanderesse a produit une déclaration d'opposition. En ce qui concerne la demande visant l'enregistrement des marchandises, elle a été annoncée à des fins d'opposition le 9 janvier 2008, et la demanderesse a produit sa déclaration d'opposition le 5 février 2008.

[4] La demanderesse est une pharmacie canadienne bien connue et une détaillante de marchandises diverses dans l'Ouest canadien. Les motifs d'opposition aux deux demandes peuvent se résumer comme suit :

- La marque de commerce SMITH & BARNES LONDON n'est pas enregistrable suivant les alinéas 38(2)*b*) et 12(1)*d*) de la Loi, parce qu'elle crée de la confusion avec les enregistrements de marques de commerce de la demanderesse, qui couvrent une vaste gamme de marchandises et de services énumérés dans l'annexe B ci-dessous;
- La défenderesse n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la marque de commerce SMITH et BARNES suivant l'alinéa 38(2)*c*) de la Loi, parce qu'à la date de production de la demande :
 - la marque visée par la demande créait de la confusion avec les marques de la demanderesse antérieurement employées au Canada pour les produits et services indiqués à l'annexe B et pour d'autres produits et services du même type que les services et marchandises, notamment la vente de vêtements et d'accessoires de vêtements, les vêtements et accessoires de vêtements, les articles ménagers, les bijoux ainsi que le mobilier et les articles décoratifs (alinéa 16(3)*a*));
 - la marque visée par la demande créait de la confusion avec les demandes d'enregistrement de marques de commerce antérieurement produites par la demanderesse, lesquelles étaient en instance à la date de l'annonce de la

demande d'enregistrement de la Marque, dont les détails sont présentés à l'annexe C des présents motifs (alinéa 16(3)b) :

- i. LONDON DEPARTMENT STORES – 1,095,092 – produite le 6 mars 2001
- ii. LONDON PREMIERE – 1,247,283 – produite le 15 février 2005
- iii. LONDON GOURMET – 1,204,476 – produite le 28 janvier 2004
- iv.  – 1,204,845 – produite le 2 février 2004

- la marque visée par la demande créait de la confusion avec les noms commerciaux LONDON, LONDON DRUGS et LONDON DRUGS LIMITED de la demanderesse (les noms commerciaux de la demanderesse) qui avaient été antérieurement employés au Canada par la demanderesse (alinéa 16(3)c))

- La marque de commerce ne distingue pas les marchandises et les services de la demanderesse de ceux de la défenderesse ni n'est adaptée à les distinguer ainsi, conformément à l'alinéa 38(2)d) et à l'article 2 de la Loi.

[5] Au soutien de son opposition, la demanderesse a produit deux affidavits (un pour chaque demande) à la Commission, souscrits par M. Grant Ball (directeur général, marchandises diverses) le 17 septembre 2008. Monsieur Ball n'a pas été contre-interrogé au sujet de ses affidavits. Dans ses affidavits, M. Ball allègue ce qui suit :

- La demanderesse est une importante pharmacie et un important détaillant au Canada de marchandises diverses, notamment de vêtements, chaussures, accessoires de mode, cosmétiques, produits de santé et de beauté, produits et services

photographiques, articles ménagers, meubles, nourriture, matériel électronique, matériel audio-vidéo, ordinateurs, articles de papeterie, livres, magazines, bijoux, montres et produits optiques;

- La demanderesse qui est en affaires depuis 1946 environ, utilise la marque de commerce LONDON DRUGS en liaison avec l'exploitation d'une pharmacie et l'exploitation d'un magasin à rayons depuis environ 1977. En guise de preuve, des échantillons de dépliants publicitaires sont joints aux affidavits, et le premier dépliant remonte à 1977;
- À la date de souscription à ses affidavits, la demanderesse exploitait 69 magasins au Canada, dont 25 en Colombie-Britannique, 20 en Alberta, 3 en Saskatchewan et 1 au Manitoba. Des dépliants ont été distribués dans les villes où la demanderesse exploite des magasins;
- Il y a au Canada un emploi important des marques de la demanderesse en liaison avec différentes marchandises et différents services;
- En moyenne, les magasins de vente au détail réalisent environ sept cent cinquante mille transactions avec des clients par semaine;
- Au cours des cinq dernières années, le volume total de produits vendus sous les marques de commerce associées à la demande visant l'enregistrement des services s'est élevé à bien au-delà de 150 millions d'unités par année. Les ventes brutes annuelles entre 2003 et 2007 ont dépassé le milliard de dollars;
- Au cours des cinq dernières années, le volume total de produits vendus sous les marques de commerce associées à la demande d'enregistrement des marchandises

s'est élevé à bien au-delà de 7 millions d'unités par année. Les ventes brutes annuelles entre 2004 et 2007 ont dépassé 50 millions de dollars;

- La demanderesse a dépensé plus de 50 millions de dollars en frais de publicité, ce qui comprend les dépliants mentionnés précédemment;
- La demanderesse annonce ses services sur son site Web (une copie imprimée était jointe aux affidavits de M. Ball) et le nombre de visites sur le site Web durant les années 2004 à 2007 a dépassé 2, 4, 6 et 8 millions respectivement.

[6] La défenderesse a produit l'affidavit de Mme Gay Owens, une recherchiste en marque de commerce embauchée par l'agent de la défenderesse. Madame Owens affirme que le 14 janvier 2009, elle a effectué des recherches dans l'état du registre pour trouver des marques de commerce comprenant le mot « London » dans le domaine des [TRADUCTION] « vêtements, articles ménagers, mobilier et articles décoratifs, services de magasin de vêtements de détail et services de magasin à rayons ». Ses recherches ont révélé l'existence de plus de 50 enregistrements de marchandises incluant des vêtements, des accessoires, des couvre-chefs, des chaussures, des produits de cuir, etc. qui comportaient le mot « London » dans le domaine des [TRADUCTION] « vêtements, articles ménagers, mobilier et articles décoratifs, services de magasin de vente au détail de vêtements et services de magasin à rayons ».

Les décisions contestées

[7] Dans ses deux décisions du 26 juillet 2011, l'agente s'est d'abord exprimée sur le fardeau de preuve et les dates pertinentes. Elle a conclu que l'opposante doit s'acquitter du fardeau de preuve initial en présentant suffisamment d'éléments de preuve admissibles à l'appui de

chacun des motifs d'opposition. C'est ensuite à la requérante qu'incombe le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que la demande est conforme aux exigences de la Loi et que les motifs d'opposition soulevés ne devraient pas empêcher l'enregistrement de la marque. L'agente a indiqué que ce fardeau s'applique à tous les motifs d'opposition.

[8] L'agente a aussi précisé les dates pertinentes qui suivent. En ce qui a trait au premier motif d'opposition (enregistrabilité/confusion), la date pertinente est celle de sa décision. Pour ce qui est des deuxième, troisième et quatrième motifs d'opposition (droit à l'enregistrement/confusion), la date pertinente est celle de la production de la demande. Enfin, la date pertinente en ce qui concerne le dernier motif d'opposition (caractère distinctif) est celle de la production de la déclaration d'opposition.

[9] S'agissant du premier motif d'opposition, l'agente a concentré son analyse sur la marque de commerce LONDON DRUGS (LMC311,269) visant les services de l'« [e]xploitation d'une pharmacie et [l']exploitation d'un magasin à rayons », puisqu'elle a estimé qu'ils étaient représentatifs des marques de la demanderesse. Elle a aussi déterminé que seulement trois des marques de la demanderesse visent certaines marchandises qui recoupent les marques visées par les demandes de la défenderesse : LONDON GOLD MINE (LMC370,629), LONDON DRUGS JEWELLERY (LMC300,627) et LONDON PREMIERE et DESSIN (LMC581,005). Il s'agissait donc de savoir s'il y a confusion entre ces marques et les marques visées par les demandes de la défenderesse.

[10] L'agente a précisé que le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Elle a résumé le paragraphe 6(2) de la Loi et indiqué que pour appliquer le test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris de celles qui sont expressément énumérées au paragraphe 6(5) de la Loi. Elle a ajouté que, dans la plupart des cas, le degré de ressemblance qui existe entre les marques de commerce pour ce qui est de la présentation, du son ou des idées suggérées, est le facteur dominant.

[11] Examinant d'abord le degré de ressemblance, l'agente a conclu qu'il n'y a aucune similarité, dans leur présentation ou leur son, entre les mots SMITH et BARNES composant la marque de commerce SMITH & BARNES LONDON et le mot DRUGS compris dans la marque de commerce LONDON DRUGS de la demanderesse. Elle a fait abstraction du mot « London » du fait qu'il a un faible caractère distinctif en raison de sa connotation géographique. Elle a aussi conclu que, outre l'inclusion du nom de lieu « London », il n'y a aucune ressemblance dans les idées que suggèrent les marques de commerce (la marque LONDON DRUGS évoque l'idée de médicaments tandis que la marque SMITH & BARNES LONDON évoque des personnes dont les noms sont SMITH et BARNES). Elle a enfin estimé que le fait que les marques de commerce des parties comportent toutes deux le mot LONDON n'est pas suffisant pour conclure qu'elles ont un degré de ressemblance important dans l'apparence ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent.

[12] L'agente a ensuite analysé les autres facteurs et a tiré les conclusions qui suivent. S'agissant de l'alinéa 6(5)a) (caractère distinctif inhérent/caractère distinctif acquis), elle a estimé que le mot LONDON présent dans les marques des deux parties est une désignation

géographique qui, à ce titre, ne possède pas un caractère distinctif inhérent. Les mots SMITH et BARNES possèdent aussi un faible caractère distinctif puisqu'ils évoquent des noms de famille. Le mot DRUGS décrit également la nature des services de la demanderesse et a donc un faible caractère distinctif. Il en va de même pour les mots GOLD MINE et DRUGS JEWELLERY, dans les deux premières marques de marchandises de la demanderesse, puisqu'ils évoquent des marchandises relatives à des bijoux. Pour ce qui est du mot PREMIERE, il n'ajoute rien au caractère distinctif inhérent de la marque LONDON PREMIERE et Dessin. Par conséquent, l'agente a conclu qu'aucune des marques des parties ne possède un fort caractère distinctif inhérent, et que même des différences mineures suffiront à les distinguer entre elles.

[13] Cependant, une marque de commerce peut avoir acquis un caractère distinctif dans la mesure où cette marque est devenue connue. La défenderesse n'a présenté aucune preuve directement liée à l'emploi de sa Marque de commerce visée par la demande, et l'agente n'a donc pas été en mesure de déterminer à quel point cette marque est devenue connue. La demanderesse, par contre, a présenté de nombreux éléments de preuve de l'emploi de la marque et elle a été en mesure d'établir l'existence d'une réputation importante de la marque de commerce LONDON DRUGS au Canada. Selon la preuve présentée par la demanderesse, plus précisément les affidavits de M. Ball, l'agente s'est dite convaincue que la demanderesse avait établi l'importante réputation de la marque de commerce LONDON DRUGS au Canada en liaison avec les services visés par la demande. En ce qui concerne les enregistrements de la demanderesse en liaison avec les marchandises pertinentes, l'agente a souligné des lacunes importantes dans la preuve produite, notamment le fait que l'emploi des marques dans la

publicité n'équivaut pas à un emploi des marques en liaison avec les marchandises, et l'absence de chiffres d'affaires détaillés sur chacune des catégories de marchandises pertinentes.

[14] À la fin de cette partie de l'analyse, l'agente a convenu avec la défenderesse qu'« indépendamment de la mesure dans laquelle les marques des parties sont devenues connues, leur caractère distinctif inhérent demeure une circonstance pertinente devant être prise en compte dans l'analyse de la probabilité de confusion entre les marques de commerce » (au paragraphe 41 de la décision sur les services et au paragraphe 45 de la décision sur les marchandises). L'agente a conclu en outre que la réputation de la demanderesse s'étend seulement à la marque de commerce même, et non au mot LONDON :

Certes, je reconnais qu'un mot courant, comme « London », peut développer un fort deuxième sens au moyen d'une utilisation importante à titre de marque de commerce. Or, il est important de souligner que, dans le contexte de la présente procédure d'opposition, la réputation de l'Opposante s'étend seulement aux Marques de l'Opposante, et non au mot « London » lui-même. Bien que je sois d'accord que l'Opposante a acquis une grande réputation avec ses Marques, elle n'a pas acquis une réputation suffisante à l'égard du mot « London » lui-même pour lui donner un autre sens que son sens courant. Il est important de noter que chacune des Marques de l'Opposante comprend d'autres éléments qui aident à créer des différences importantes entre les marques des parties, comme il a été dit précédemment dans l'analyse du facteur énoncé à l'al. 6(5)e).

Paragraphe 42 de la décision sur les services.

[15] En ce qui a trait à la période pendant laquelle chacune des marques a été en usage (alinéa 6(5)b)), l'agente d'audience a conclu que ce facteur était favorable à la demanderesse à la date pertinente. La défenderesse n'a présenté aucune preuve concernant l'emploi de la Marque qu'elle propose après la date de présentation de ses demandes le 22 novembre 2005, mais la

demanderesse a fourni une preuve abondante établissant l'emploi de ses marques de commerce LONDON DRUGS en liaison avec l'exploitation d'une pharmacie et l'exploitation d'un magasin à rayons depuis environ 1977. Il n'y a toutefois aucune preuve d'un emploi important et continu des marques de commerce LONDON GOLD MINE, LONDON DRUGS JEWELLERY et LONDON PREMIERE.

[16] S'agissant du genre de marchandises et services (alinéa 6(5)c)), l'agente s'est tout d'abord fondée sur l'état déclaratif des services et marchandises de la défenderesse fourni dans ses demandes, plutôt que sur les marchandises et services déposés par la demanderesse. Elle a conclu à l'existence d'un chevauchement direct des services des parties pour ce qui est des services de magasin à rayons, et d'une certaine ressemblance entre les « services de magasin de vente au détail de vêtements » de la défenderesse et les « services de magasin à rayons » de la demanderesse. Pour ce qui est des marchandises, l'agente a conclu qu'il existe aussi une certaine ressemblance entre les marchandises de la défenderesse et les « services de magasin à rayons » de la demanderesse, compte tenu des éléments de preuve présentés par la défenderesse établissant qu'elle vend des petits produits de cuir, des vêtements, des couvre-chefs, des chaussures, des accessoires, des articles ménagers, du mobilier et des articles décoratifs dans ses magasins de vente au détail. Or, la majorité de ces produits sont des produits portant des marques de tiers qui peuvent afficher, ou non, d'autres marques de commerce; par conséquent, il ne s'agit pas d'un emploi des marques de la demanderesse en liaison avec ces produits au sens du paragraphe 4(1) de la Loi. Enfin, l'agente a aussi estimé qu'il existe un chevauchement entre la nature des marchandises des parties eu égard aux marques de commerce LONDON GOLD MINE, LONDON DRUGS JEWELLERY et LONDON PREMIERE et DESSIN.

[17] Quant à la nature du commerce (alinéa 6(5)d)), l'agente a fait observer que ni les enregistrements de la demanderesse ni les demandes d'enregistrement de la défenderesse ne comportent des restrictions sur les voies de commercialisation. Elle a donc conclu qu'il pourrait y avoir chevauchement des voies de commercialisation associées à la marque de la défenderesse et aux marques de la demanderesse étant donné le chevauchement direct des marchandises et des services des parties.

[18] L'agente a aussi examiné d'autres circonstances de l'espèce. En ce qui concerne l'état du registre, elle a déclaré que, vu le nombre de marques LONDON coexistantes révélées dans l'affidavit de Mme Owens (plus de 50 enregistrements de marques de commerce pour des marchandises comme des vêtements et/ou des accessoires, couvre-chefs, chaussures, produits de cuir, etc.), ce facteur favorisait la défenderesse quant à la demande d'enregistrement des marchandises. Cependant, vu l'existence de seulement quelques marques coexistantes (seulement trois) LONDON découvertes dans les services de magasin de vente au détail, l'agente a conclu que cela ne favorisait pas la défenderesse quant à la demande d'enregistrement des services.

[19] La deuxième circonstance de l'espèce examinée par l'agente est la famille de marques de commerce LONDON alléguée par la demanderesse. L'agente a conclu que cette dernière a établi qu'elle était propriétaire d'une famille de marques de commerce composée des quatre marques suivantes : LONDON DRUGS, LONDON PREMIERE, LONDON GOURMET et LONDON HOME. Elle a souligné que le fait de posséder une famille de quatre marques de commerce

« London » est insuffisant pour contourner le fait que le mot « London » possède un faible caractère distinctif inhérent et qu'il s'agit d'un mot évoquant un lieu géographique à l'égard duquel la demanderesse n'a pas démontré une réputation suffisante. Elle a ajouté que les éléments additionnels sont des mots communs qui évoquent les marchandises et les services de la demanderesse; ils possèdent donc un faible caractère distinctif inhérent.

[20] Compte tenu de tous ces facteurs et des circonstances de l'espèce, l'agente a estimé que la défenderesse s'était acquittée de son fardeau d'établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion entre la marque visée par la demande et les marques de la demanderesse.

[21] L'agente a ensuite examiné les arguments présentés par la demanderesse sur l'absence de droit à l'enregistrement. Elle a reconnu que cette dernière avait fourni suffisamment d'éléments de preuve sur l'emploi de ses marques de commerce et de ses demandes en instance pour s'acquitter du fardeau de preuve qui lui incombait au titre de chacun de ces trois motifs d'opposition. Étant donné sa conclusion précédente portant qu'il n'y a aucune probabilité de confusion entre les marques de commerce des parties et que la différence dans les dates pertinentes n'a aucune incidence sur sa conclusion à cet égard, elle a rejeté ces motifs d'opposition fondés sur l'absence de droit à l'enregistrement.

[22] Pour ce qui est du motif fondé sur l'absence de caractère distinctif, l'agente a estimé que la demanderesse avait fourni une preuve suffisante pour démontrer qu'à la date de la production de la déclaration d'opposition, une ou plusieurs des marques étaient devenues suffisamment

connues pour priver la marque proposée de son caractère distinctif. Là encore, ce motif a néanmoins été rejeté en raison de sa conclusion antérieure selon laquelle la marque proposée ne crée aucune confusion avec les marques de la demanderesse.

Nouveaux éléments de preuve

[23] À la suite des avis de demande d'interjeter appel des décisions rendues par la COMC, les deux parties ont produit des éléments de preuve additionnels sous la forme d'affidavits. La demanderesse a produit l'affidavit de M. Robert Felix (directeur général et gestionnaire d'unité de section, marchandises diverses). La défenderesse a déposé trois affidavits supplémentaires, souscrits par M^{me} Jessica Koper (enquêteuse privée au service de CKR Global Investigations), M^{mes} Gay Owens et Pamela Tuchlin (parajuriste au service de Smart & Biggar). La demanderesse a contre-interrogé M^{me} Jessica Koper sur son affidavit.

- L'affidavit de M. Felix

[24] Dans son affidavit, M. Felix présente une liste à jour des enregistrements et des demandes d'enregistrement de marques de commerce qui appartiennent à London Drugs au Canada. Les marques de commerce LONDON PREMIERE, LONDON GOURMET et LONDON GOURMET et Dessin, qui étaient en instance à la date des affidavits de M. Ball (voir l'annexe C), ont depuis été enregistrées au Bureau canadien des marques de commerce, tandis que les demandes d'enregistrement des marques de commerce LONDON ORCHARDS, LONDON LOOK et LONDON PLANTATION ont été produites sur le fondement d'un emploi projeté, après les affidavits de M. Ball. Il est aussi fait mention dans cet affidavit que London

Drugs détient des enregistrements et des demandes qui ne figuraient pas dans les affidavits de M. Ball.

[25] Monsieur Felix traite ensuite de différentes marques portant le nom LONDON et des produits et services qui y sont associés, et il fournit une description générale et/ou des exemples de types de produits vendus par London Drugs dans diverses catégories. Il présente ensuite une ventilation détaillée du nombre d'unités et des ventes globales pour chaque catégorie de produits vendus par London Drugs. Il précise les endroits où se trouvent les magasins de London Drugs et joint des copies de photos d'affiches extérieures et de différents rayons dans ces magasins. Il reprend et actualise les chiffres déjà fournis dans les affidavits de M. Ball concernant le budget annuel de publicité, la diffusion des dépliants publicitaires et le nombre annuel de visites effectuées sur le site Web de London Drugs. Sont aussi jointes à l'affidavit, des copies d'articles de journaux parus entre 2000 et 2011 où London Drugs apparaît en gros titre.

[26] Monsieur Felix joint également à son affidavit des copies de photos, d'emballages et/ou d'étiquettes représentatives de produits vendus en liaison avec la marque LONDON DRUGS dans diverses catégories de marchandises. Il fournit aussi le volume annuel de ventes pour des catégories données de produits vendus par London Drugs en liaison avec sa marque privée LONDON DRUGS et LONDON DRUGS et Dessin. Les produits importés par London Drugs font l'objet d'un suivi distinct de leurs produits ordinaires portant la marque privée et ne sont pas inclus dans les chiffres de vente susmentionnés. Les importations de la marque LONDON sont, pour la plupart, vendues avec la marque LONDON DRUGS indiquée sur une étiquette apposée sur l'emballage du produit ou indiquée sur l'étiquette volante attachée au produit.

[27] Enfin, l'affidavit de M. Felix renferme des copies de photos, d'emballages et/ou d'étiquettes représentatives de produits et services vendus en liaison avec la gamme de marques LONDON auxquelles il est fait renvoi ci-dessus. Dans cet affidavit, M. Felix précise également le volume annuel et les ventes brutes annuelles des produits et services au cours des dix dernières années environ. Monsieur Felix conclut que la demanderesse est, à sa connaissance, le seul détaillant de marchandises diverses dans l'Ouest du Canada à employer le nom LONDON en liaison avec une vaste gamme de produits et de services, et le seul magasin à rayons à employer la marque LONDON en liaison avec des services. Il croit que l'emploi par un concurrent du mot LONDON dans la marque SMITH & BARNES LONDON amènera le public à croire que les produits et services de la défenderesse sont associés à la demanderesse, ou l'amènera à tout le moins à se le demander.

- L'affidavit et le contre-interrogatoire de M^{me} Koper

[28] Le 12 juin 2012, l'avocat de la défenderesse a enjoint à CKR Global Investigations d'examiner l'état du marché canadien pour des emplois par des tierces parties de noms commerciaux et de sociétés comportant le mot « LONDON », plus précisément les entreprises qui œuvrent dans les secteurs des vêtements et accessoires, du mobilier et des articles décoratifs et des articles ménagers. Madame Koper a effectué des recherches dans le site Web des pages jaunes et le site Web du Registraire des Entreprises du Québec ainsi qu'une recherche dans le système NUANS en vue de trouver des entreprises et des commerces enregistrés dont le nom comporte le mot LONDON. Elle a aussi effectué d'autres recherches afin d'obtenir des renseignements sur la situation et la nature de ces entreprises commerciales. Elle a relevé

46 noms d'entreprises et de sociétés exploitées activement qui comportent le mot LONDON dans les secteurs des vêtements et accessoires, du mobilier et des articles décoratifs et/ou des articles ménagers.

[29] En contre-interrogatoire, Mme Koper a confirmé qu'elle ne savait pas personnellement si les entreprises commerciales précisées dans son affidavit étaient exploitées activement au moment où elle a souscrit son affidavit, ni ce qu'elles vendaient, quand elles ont commencé à exercer des activités commerciales ni quels étaient leurs volumes de ventes. Elle ne s'est rendue dans aucune des entreprises énumérées dans son affidavit et n'y a pas non plus effectué des achats; elle n'a pas non plus jeté un coup d'oeil aux magasins à l'aide du logiciel Streetview de Google; tout ce qu'elle sait au sujet de ce que vendent ces entreprises commerciales, elle l'a appris en regardant le site Web ou les catégories où celles-ci apparaissaient dans les répertoires de Canada 411. Elle ne savait rien au sujet des affiches utilisées dans ces entreprises, ni si l'une de ces affiches employait un nom de marque comprenant le mot LONDON, à part quelques exceptions où les magasins ont répondu au téléphone.

- L'affidavit de 2012 de M^{me} Owens

[30] Le 11 juin 2012, Mme Owens a effectué une autre recherche assistée par ordinateur sur l'état du registre, à l'aide du système CDNameSearch Corp, en vue de repérer les enregistrements actifs et les demandes d'enregistrement actives qui renferment le mot LONDON dans les secteurs des vêtements, des articles ménagers, du mobilier et articles décoratifs, des services de magasin de vêtements de détail et/ou des services de magasin à rayons. Essentiellement, ces éléments de preuve remplacent ceux qui étaient fournis dans son affidavit

précédent produit à la Commission en 2009 dans la procédure d'opposition. Ce nouvel affidavit comporte 134 marques de commerce qui contiennent le mot LONDON, dont 102 sont des marques déposées. Il semble qu'aucune ne soit associée à des services de magasin à rayons (trois avaient été relevées en 2009). Seulement deux marques concernent des commerces de vêtements de détail (AQUASCUTUM OF LONDON et AQUASCUTUM OF LONDON, ENGLAND) et une autre est associée à un magasin de chaussures de détail (SACHA LONDON).

Madame Owen indique aussi dans son affidavit qu'il existe de nombreux enregistrements coexistants au Canada (un nombre supérieur à celui établi en 2009) qui renferment le mot LONDON dans les secteurs des vêtements, accessoires, articles non durables, articles ménagers, et mobilier et articles décoratifs. En ce qui concerne les articles ménagers, par exemple, trois enregistrements pertinents ont été relevés, ainsi que trois autres en liaison avec le mobilier et les articles décoratifs (aucun n'avait été découvert en 2009). Il semble par ailleurs qu'il y a eu désistement à l'égard du mot LONDON dans bon nombre d'enregistrements.

- L'affidavit de M^{me} Tuchlin

[31] L'affidavit de Mme Pamela Tuchlin renferme des copies de rapports sur le profil de sociétés et de rapports sur l'appellation commerciale d'entités canadiennes dont le mot LONDON apparaît dans leurs noms de sociétés et noms commerciaux. Trente-sept (37) entreprises commerciales dont le nom comporte le mot LONDON ont été relevées, dont trente-trois (33) étaient situées en Ontario, une (1) au Québec, deux (2) en Nouvelle-Écosse et une (1) constituée en société sous le régime d'une loi fédérale. La plupart de ces entreprises commerciales ont fait l'objet d'un examen dans l'enquête menée par Mme Koper.

Questions en litige

[32] Les questions en litige dans le présent appel sont les suivantes :

- a) Quelle est la norme de contrôle applicable?
- b) Selon la norme de contrôle qui s'applique, la décision de l'agente était-elle raisonnable ou correcte?

Analyse

- a) La norme de contrôle

[33] Il est bien établi en droit que, en l'absence de preuve additionnelle présentée en appel suivant l'article 56 de la Loi, c'est la norme de la décision raisonnable qui s'applique. Il est également bien établi que si de nouveaux éléments de preuve sont présentés, il faut évaluer leur importance et leur valeur probante. Si les nouveaux éléments de preuve recueillis sont suffisamment importants et probants pour avoir un effet sur les conclusions de fait du registraire ou sur l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, la norme de contrôle applicable est celle de la décision correcte. Voici ce qu'a déclaré le juge Rothstein (au nom des juges majoritaires de la Cour d'appel fédérale) au paragraphe 51 de l'arrêt *Brasseries Molson c John Labatt Ltée* (2000), 5 CPR (4th) 180, [2000] 3 CF 145 :

Je pense que l'approche suivie dans les affaires *Benson & Hedges* et *McDonald's Corp.* est conforme à la conception moderne de la norme de contrôle. Même s'il y a, dans la *Loi sur les marques de commerce*, une disposition portant spécifiquement sur la possibilité d'un appel à la Cour fédérale, les connaissances spécialisées du registraire sont reconnues comme devant faire l'objet d'une certaine déférence. Compte tenu de l'expertise du registraire, et en l'absence de preuve supplémentaire devant la Section de première instance, je considère que les décisions du registraire qui relèvent de son champ d'expertise, qu'elles soient fondées sur les faits, sur le droit ou qu'elles résultent de l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, devraient être révisées suivant la norme de la décision raisonnable

simpliciter. Toutefois, lorsqu'une preuve additionnelle est déposée devant la Section de première instance et que cette preuve aurait pu avoir un effet sur les conclusions du registraire ou sur l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, le juge doit en venir à ses propres conclusions en ce qui concerne l'exactitude de la décision du registraire.

[34] Cet arrêt a explicitement été confirmé par la Cour suprême au paragraphe 41 de l'arrêt *Mattel Inc c 3894207 Canada Inc*, [2006] 1 RCS 772, [Mattel], et il est donc clair que si une preuve additionnelle est produite et que cette preuve aurait pu avoir un effet sur la décision du registraire, la Cour a un pouvoir discrétionnaire absolu pour tirer ses propres conclusions quant à l'exactitude de la décision du registraire : voir les jugements *Telus Corporation c Orange Personal Personal Communications Services Ltd*, 2005 CF 590, au paragraphe 397; *Bojangles' International, LLC c Bojangles Café Ltd*, 2006 CF 657, aux paragraphes 9 et 10; *CEG License Inc c Joey Tomato's (Canada) Inc*, 2012 CF 1541, aux paragraphes 14 à 16.

[35] Après avoir examiné l'ensemble des affidavits présentés à la Cour tout en gardant à l'esprit que le critère à observer est un critère de qualité et non de quantité (*Wrangler Apparel Corporation c Timberland Company*, 2005 CF 722, aux paragraphes 7 à 9), j'estime que les nouveaux éléments de preuve ne sont pas suffisamment importants pour avoir un effet sur les conclusions de fait de l'agente ou sur l'exercice de son pouvoir discrétionnaire.

[36] À l'audience, l'avocat de la défenderesse a reconnu d'emblée que les affidavits de M^{mes} Koper et Tuchlin n'ont pas beaucoup de poids et qu'ils ne suffiraient pas pour justifier l'application de la norme de la décision correcte. Aucune preuve n'a été présentée à l'agente quant à l'état du marché; celle-ci s'est plutôt fondée sur les renseignements présentés

relativement à l'état du registre. Bien que la défenderesse ait tenté de combler cette lacune en produisant l'affidavit de M^{me} Koper, ses carences lui enlèvent beaucoup de poids. Bien que M^{me} Koper n'ait pas été questionnée au sujet de nombreuses entreprises commerciales mentionnées dans son affidavit, il n'en demeure pas moins qu'elle ne savait rien quant à l'existence ou la nature d'un grand nombre d'entreprises qu'elle a relevées. Même si, comme l'a soutenu la défenderesse, 16 des 46 entreprises commerciales dont le nom comporte le mot LONDON étaient confirmées par M^{me} Koper comme étant activement exploitées, il est loin d'être clairement établi que cela suffirait pour tirer une conclusion quant à l'état du marché. Nous ignorons ce que ces entreprises commerciales vendent, quand elles ont commencé à exercer des activités commerciales, quel est leur volume de ventes, quelle est leur réputation, etc. De plus, bon nombre de ces entreprises semblent exercer leurs activités dans la région de London (Ontario) et l'emploi du mot LONDON dans leur nom renvoie manifestement davantage à leur lieu géographique qu'à une marque de commerce.

[37] Dans une large mesure, il en va de même en ce qui concerne l'affidavit de Mme Tuchlin. Tout comme les entreprises commerciales mentionnées dans l'affidavit de M^{me} Koper, nous ne savons rien du secteur dans lequel les entités mentionnées dans son affidavit exercent leurs activités, et si elles sont toujours activement exploitées. Par ailleurs, la très grande majorité de ces entreprises ont déjà fait l'objet d'un examen par Mme Koper dans le cadre de son enquête.

[38] En ce qui a trait au second affidavit de Mme Owens, il constitue essentiellement une version à jour du premier affidavit produit auprès de l'agente. Il indique, tout comme en 2009, qu'il y a encore trois enregistrements pertinents pour des services de magasin de vêtements de

détail et/ou des services de magasin à rayons, un nombre que l'agente a jugé insuffisant pour inférer quoi que ce soit concernant l'état du marché. Il vient aussi ajouter au grand nombre d'enregistrements associés aux vêtements, articles non durables et accessoires, trois enregistrements pour du mobilier et des articles décoratifs, et trois autres pour des articles ménagers. L'agente a rejeté l'argument de la demanderesse selon lequel l'absence d'enregistrement pour des articles ménagers ou du mobilier et articles décoratifs et seulement trois enregistrements pertinents pour des services de magasin de vêtements de détail et/ou des services de magasin à rayons ne permettaient pas à la Commission d'opposition de faire quelque inférence qui soit relativement à l'emploi actuel au sein du marché canadien de ces marques de commerce pour ces marchandises et services. Il est évident que l'ajout d'enregistrements pour des articles ménagers et du mobilier et des articles décoratifs ne ferait que renforcer sa conclusion selon laquelle l'emploi important du mot « LONDON » pour des vêtements, accessoires, articles de cuir, etc. contribue à réduire la probabilité de confusion entre les marques des parties.

[39] Il reste maintenant l'affidavit de M. Felix. Rappelons que l'agente, dans sa décision visant l'enregistrement des marchandises, a indiqué que la seule preuve de l'emploi des marques de commerce LONDON de la demanderesse en liaison avec les marchandises pertinentes, qui se dégage des affidavits de M. Ball, concerne les marques de commerce LONDON DRUGS, LONDON DRUGS et Dessin, et LONDON PREMIERE et Dessin. De plus, elle a convenu avec la défenderesse que les affidavits de M. Ball ne fournissaient pas de chiffres d'affaires détaillés sur chacune des catégories de marchandises vendues sous les marques de commerce de la demanderesse, de sorte que les ventes totales de cette dernière pouvaient avoir été réalisées dans

des catégories qui ne recourent pas les marchandises de la défenderesse. Enfin, l'agente a aussi conclu, dans ses deux décisions, que la demanderesse avait seulement établi l'emploi de quatre marques de commerce faisant partie de la famille des marques de commerce LONDON, à savoir : LONDON DRUGS, LONDON PREMIERE, LONDON GOURMET et LONDON HOME.

[40] J'estime que cet affidavit n'aurait pas modifié de manière radicale la décision de la Commission. L'avocat de la demanderesse a soutenu que la preuve de l'emploi des marques de commerce LONDON de la demanderesse est établie de façon beaucoup plus précise dans l'affidavit de M. Felix, grâce à une ventilation détaillée des ventes dans les différents rayons. Je tiens d'abord à souligner que certains des nouveaux éléments de preuve ont trait à des marques de commerce qui n'ont même pas été invoquées ou précisées dans les déclarations d'opposition de la demanderesse. Plus important encore, ces nouveaux éléments de preuve ne traitent pas de manière appréciable des principaux motifs sur lesquels la décision de la Commission repose. L'agente était au courant des nombreuses marques détenues par la demanderesse et du fait qu'elles sont largement employées dans une vaste gamme de produits. Le fait d'ajouter à l'ensemble d'autres marques de commerce et de fournir d'autres preuves de leur emploi en liaison avec un nombre de produits encore plus grand n'aurait pas changé son opinion voulant que le mot LONDON ait un faible caractère distinctif en raison de sa connotation géographique, ou qu'il n'y ait aucune similarité, dans leur présentation ou leur son, entre les mots SMITH et BARNES composant la marque de la défenderesse et le mot DRUGS compris dans la marque de commerce LONDON DRUGS de la demanderesse.

[41] Pour ces motifs, j'estime que la Cour doit examiner le bien-fondé de ces demandes selon la norme de la raisonabilité. Par conséquent, la question à trancher est celle de savoir si la décision de la Commission appartient aux issues possibles acceptables pouvant se justifier au regard des faits et du droit.

b) La décision de l'agente était-elle raisonnable?

- Enregistrabilité

[42] Rappelons que le selon premier motif d'opposition soulevé par la demanderesse, la marque SMITH & BARNES LONDON n'est pas enregistrable suivant les alinéas 38(2)*b* et 12(1)*d* de la Loi, parce qu'elle crée de la confusion avec les enregistrements de ses propres marques de commerce. Ces dispositions sont les suivantes :

Motifs	Grounds
38 (2) Cette opposition peut être fondée sur l'un des motifs suivants :	38 (2) A statement of opposition may be based on any of the following grounds:
(...)	(...)
<i>b</i>) la marque de commerce n'est pas enregistrable;	(b) that the trade-mark is not registrable;
Marque de commerce enregistrable	When trade-mark registrable
12. (1) Sous réserve de l'article 13, une marque de commerce est enregistrable sauf dans l'un ou l'autre des cas suivants :	12. (1) Subject to section 13, a trade-mark is registrable if it is not
(...)	(...)
<i>d</i>) elle crée de la confusion avec	(d) confusing with a registered

une marque de commerce déposée;	trade-mark;
------------------------------------	-------------

[43] Le paragraphe 6(2) de la Loi précise ce que veut dire une marque de commerce qui « crée de la confusion avec une marque de commerce déposée », aux fins de l'alinéa 12(1)d). Lorsque vient le temps d'examiner la question de la « probabilité de confusion », il faut tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris des facteurs énumérés au paragraphe 6(5) de la Loi :

Quand une marque ou un nom créé de la confusion	When mark or name confusing
(...)	(...)
Idem	Idem
6 (2) L'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques de commerce dans la même région serait susceptible de faire conclure que les marchandises liées à ces marques de commerce sont fabriquées, vendues, données à bail ou louées, ou que les services liés à ces marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces marchandises ou ces services soient ou non de la même catégorie générale.	6 (2) The use of a trade-mark causes confusion with another trade-mark if the use of both trade-marks in the same area would be likely to lead to the inference that the wares or services associated with those trade-marks are manufactured, sold, leased, hired or performed by the same person, whether or not the wares or services are of the same general class.
(...)	(...)
Éléments d'appréciation	What to be considered
6 (5) En décidant si des marques de commerce ou des noms commerciaux créent de la confusion, le tribunal ou le	6 (5) In determining whether trade-marks or trade-names are confusing, the court or the Registrar, as the case may be,

registraire, selon le cas, tient compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris :

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.

shall have regard to all the surrounding circumstances including

(a) the inherent distinctiveness of the trade-marks or trade-names and the extent to which they have become known;

(b) the length of time the trade-marks or trade-names have been in use;

(c) the nature of the wares, services or business;

(d) the nature of the trade; and

(e) the degree of resemblance between the trade-marks or trade-names in appearance or sound or in the ideas suggested by them.

[44] Dans l'arrêt *Mattel*, aux paragraphes 56 et 57, la Cour suprême a reconnu que la confusion doit être examinée du point de vue « [...] d'une personne moyenne, d'intelligence ordinaire, agissant avec la prudence normale », qu'« il faut accorder une certaine confiance au consommateur moyen » et qu'« on ne doit pas procéder en partant du principe que les clients éventuels ou les membres du public en général sont complètement dénués d'intelligence ou de mémoire, ou sont totalement inconscients ou mal informés au sujet de ce qui se passe autour d'eux ».

[45] L'agente a bien précisé les principes juridiques applicables; la seule question qui se pose dans le présent appel est donc celle de savoir si son évaluation était raisonnable à la lumière de ces principes. J'examinerai chacun des facteurs énoncés au paragraphe 6(5) en vue d'établir si les éléments de preuve produits par les parties peuvent appuyer les conclusions tirées par l'agente.

a) Caractère distinctif inhérent et mesure dans laquelle la marque est devenue connue (alinéa (5)a))

[46] L'avocat de la demanderesse a soutenu que l'agente a commis une erreur lorsqu'elle a conclu que la marque de commerce LONDON DRUGS a un faible caractère distinctif inhérent. Il a fait valoir qu'une marque de commerce renfermant une désignation géographique peut avoir un caractère distinctif si elle est employée en liaison avec des marchandises et des services pour lesquels il n'existe aucun lien préétabli avec cette désignation géographique. C'est seulement lorsqu'une désignation géographique est utilisée en rapport avec des marchandises ou des services, pour lesquels cette région est reconnue et qu'on cherche simplement à miser sur le lien fait entre les deux par le public, que la marque de commerce résultante aura un faible caractère distinctif inhérent.

[47] Je suis d'accord avec la défenderesse pour dire qu'un argument de ce genre découle d'une méconnaissance et d'une incompréhension fondamentales de l'alinéa 6(5)a) de la Loi et de la notion même du caractère distinctif. Le caractère distinctif d'une marque a trait à son originalité, son caractère unique et sa créativité, et non à l'absence de tromperie. Voici ce que la

Cour a déclaré aux paragraphes 119 à 121 du jugement *ITV Technologies Inc c WIC Television Ltd*, 2003 CF 1056 (conf. par 2005 CAF 96) :

Le caractère distinctif inhérent d'une marque est assimilable à son originalité. Le caractère distinctif inhérent d'une marque constituée d'un nom unique ou inventé, ne pouvant désigner qu'une chose, est supérieur à celui d'une marque constituée d'un mot d'usage courant dans le commerce.

Il est bien établi que plus la marque est solide, plus grande est l'étendue de la protection qui lui sera accordée (*Miss Universe, Inc.*, précité). Monsieur le juge Mahoney faisait remarquer au paragraphe 10 de l'arrêt *Carson c. Reynolds*, [1980] 2 C.F. 685 qu'une marque de commerce peut être :

[...] si généralement associée à [une personne] que l'emploi de celle-ci avec d'autres marchandises ou services, même s'ils n'ont absolument rien à voir avec des services de divertissement, créerait de la confusion en ce que ce double emploi donnerait vraisemblablement à entendre que toutes ces marchandises et services, quels qu'ils soient, ont un rapport direct avec [cette personne].

Inversement, les marques faibles se verront accorder une protection moins étendue. La Cour suprême du Canada déclarait à ce sujet ce qui suit dans l'arrêt *General Motors Corporation c. Bellows*, [1949] R.C.S. 678 :

[TRADUCTION] (...) on doit accorder une protection de moindre étendue à l'entreprise qui a puisé dans le vocabulaire commun du commerce le ou les mots lui servant de marque qu'à celle dont la marque est constituée d'un mot inventé, unique ou non descriptif [...]

Se reporter aussi à l'ouvrage *Fox on Canadian Law of Trade-marks and Unfair Competition*, 4^e édition, volume 1 (Carswell 2002), pages 8-26 à 8-28.

[48] Contrairement à l'affirmation de la demanderesse, il n'existe aucun lien logique entre le fait qu'une marque de commerce ne soit pas trompeuse et le fait qu'elle ait un certain caractère

distinctif inhérent. Il s'agit de deux concepts distincts qui sont réellement abordés dans deux alinéas distincts du paragraphe 6(5) de la Loi. Les décisions invoquées par la demanderesse en appui à sa thèse ont fait l'objet d'arguments éloquentes fondés sur l'alinéa 12(1)b) de la Loi, et non sur l'alinéa 12(1)d) : voir *Gainers Inc c Hygrade Food Products Corporation* (1995), 63 CPR (3d) 265 (COMC); *Institut National des Appellations d'Origine c Pepperidge Farm, Incorporated* (1997), 84 CPR (3d) 540 (COMC); *Institut National des Appellations d'Origine c Chock Full O'Nuts Corp* (2000), 9 CPR (4th) 394 (COMC); *Bata Industries Limited c Seychelles Inc* (1993), 48 CPR (3d) 414 (COMC); *Cabel Hall Citrus Limited c Latchman*, 2009 CanLII 90399 (COMC); *Guyana Sugar Corporation c Bedessee Imports Ltd*, 2011 COMC 102.

[49] La Cour a toujours statué que les désignations géographiques, comme les prénoms, les noms de famille, les initiales, les termes descriptifs et les symboles communs, ne possèdent aucun caractère distinctif et ne devraient pas se voir accorder une protection étendue sauf, bien sûr, si elles ont acquis un caractère distinctif au fil du temps. Personne ne peut revendiquer l'exclusivité d'un nom géographique, en particulier s'il s'agit d'un nom aussi connu que LONDON. L'affaire la plus connue à cet égard est le jugement *California Fashions Industries c Reitmans* (1991), 38 CPR (3d) 439. Dans cette affaire, les parties avaient enregistré des marques de commerce comportant les mots « Saint-Tropez » en vue d'un emploi en liaison avec la vente de vêtements pour femmes (SAINT TROPEZ WEST pour la partie requérante et CLUB ST-TROPEZ et Dessin pour la partie intimée). La partie requérante, ayant découvert plus tard l'enregistrement de la marque de la partie intimée, a soutenu qu'elle était similaire au point de créer de la confusion et qu'elle n'était donc pas enregistrable. En abordant cette question, le juge Cullen a déclaré ce qui suit aux pages 444 et 445 :

Comme l'a souligné la partie intimée, Saint-Tropez est un lieu géographique situé dans le Sud de la France et je reconnais qu'il est admis que Saint-Tropez ne constitue qu'un lieu géographique. De plus, les lieux géographiques ne possèdent pas un caractère distinctif inhérent et, en conséquence, ils ne méritent pas une protection d'une telle portée. Bien que la partie requérante ait fait valoir que Saint-Tropez est associé avec l'élégance, l'exclusivité et les vêtements de couturiers, on n'a pas soutenu que la marque « SAINT-TROPEZ WEST » avait perdu son sens principal par son emploi ou autrement et qu'elle avait acquis un sens accessoire; l'on n'a d'ailleurs pas fourni d'éléments de preuve pour étayer une telle prétention. La jurisprudence indique clairement qu'en règle générale, les termes géographiques descriptifs ne peuvent être enregistrés à moins qu'ils n'aient acquis un sens ou un nom graphique accessoire ou qu'ils distinguent les marchandises ou services [...]

[50] Je ne vois pas comment la conclusion du juge Cullen selon laquelle les lieux géographiques ne possèdent pas un caractère distinctif inhérent peut être qualifiée de « remarque incidente », ou que sa conclusion selon laquelle les marques n'avaient pas un caractère nettement distinctif reposait sur le fait que Saint-Tropez était associé à la mode. Quoi qu'il en soit, la Cour et la Cour d'appel ont confirmé dans des jugements et des arrêts ultérieurs que les noms géographiques ne possèdent aucun caractère distinctif inhérent, même s'ils sont employés en liaison avec des marchandises et des services qui ne sont pas généralement associés à cette région : voir *Cushman & Wakefield, Inc c Wakefield Realty Corp* (2004), 35 CPR (4th) 460, au paragraphe 42, conf. par (2004), 37 CPR (4th) 212, au paragraphe 6; *Prince Edward Island Mutual Insurance c Insurance Co of Prince Edward Island* (1999), 86 CPR (3d) 342, aux paragraphes 32 et 33. De même, d'autres membres de la Commission d'opposition ont aussi reconnu la faiblesse des marques de commerce LONDON de la demanderesse : *London Drugs Limited c Coty Deutschland GmbH*, 2012 COMC 193, au paragraphe 25; *Home Hardware Stores Limited c London Drugs Limited*, 2012 COMC 107, au paragraphe 14.

[51] J'estime donc que l'agente n'a commis aucune erreur lorsqu'elle a conclu que la marque de commerce LONDON DRUGS de la demanderesse est intrinsèquement faible. Elle a appliqué la jurisprudence pertinente et sa conclusion est certes raisonnable.

[52] L'avocat de la demanderesse a aussi soutenu que l'agente avait commis une erreur lorsqu'elle n'a pas accordé assez de poids au caractère distinctif acquis par ses marques. Selon la demanderesse, la solide réputation acquise grâce à ses marques et la preuve abondante à ce titre auraient dû rendre non pertinente toute faiblesse concernant le caractère distinctif.

[53] Cet argument doit être rejeté pour deux raisons. Premièrement, je fais mienne l'opinion de l'agente selon laquelle il faut considérer le caractère distinctif inhérent d'une marque dans l'analyse de la probabilité de confusion et ne pas l'ignorer, même dans les cas où une marque initialement faible a par la suite acquis une solide réputation. L'alinéa 6(5)a) de la Loi renvoie assez clairement au caractère distinctif inhérent et au caractère distinctif acquis, et rien dans la jurisprudence ne permet d'affirmer que le caractère distinctif inhérent d'une marque devient non pertinent une fois qu'elle a acquis une réputation. Ces deux circonstances doivent être soupesées pour savoir si des marques de commerce ou des noms commerciaux créent de la confusion. Cela dit, il n'appartient pas à la Cour d'apprécier de nouveau la preuve; lors de l'examen d'une décision selon la norme de la décision raisonnable, il n'appartient pas à la Cour de substituer son opinion à celle du décideur, mais d'évaluer « l'appartenance de la décision aux issues possibles acceptables pouvant se justifier au regard des faits et du droit » : *Dunsmuir c Nouveau-Brunswick*, 2008 CSC 9, au paragraphe 47.

- b) La période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage (alinéa 6(5)b))
 - Le genre de marchandises (alinéa 6(5)c))
 - La nature du commerce (alinéa 6(5)d))

[54] L'agente a conclu que chacun de ces trois facteurs militait en faveur de la demanderesse. Les nouveaux éléments de preuve présentés à la Cour renforcent quelque peu ces conclusions, mais ils ne changent pas de façon drastique le poids à accorder à ces facteurs lors de l'analyse globale de toutes les circonstances de l'espèce requise en vertu du paragraphe 6(5) de la Loi.

- Le degré de ressemblance (alinéa 6(5)e))

[55] L'agente s'est appuyée à bon droit sur l'arrêt *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27 [*Masterpiece*], récemment rendu par la Cour suprême du Canada, pour dire que le facteur le plus important à considérer est le dernier qu'énumère le paragraphe 6(5) de la Loi.

Voici ce que la Cour suprême a observé au paragraphe 49 de cet arrêt :

[...] il arrive souvent que le degré de ressemblance soit le facteur susceptible d'avoir le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion, et ce même s'il est mentionné en dernier lieu au par. 6(5) [...] si les marques ou les noms ne se ressemblent pas, il est peu probable que l'analyse amène à conclure à la probabilité de confusion même si les autres facteurs tendent fortement à indiquer le contraire. En effet, ces autres facteurs ne deviennent importants que si les marques sont jugées identiques ou très similaires [...] En conséquence, certains prétendent que, dans la plupart des cas, l'étude de la ressemblance devrait constituer le point de départ de l'analyse relative à la confusion [...]

[56] C'est précisément ce qu'a fait l'agente. Elle a conclu que, mis à part le nom de lieu « London » dans les marques de la demanderesse et de la défenderesse, il n'y a aucune

ressemblance dans la présentation, le son ou les idées qu'elles suggèrent. Lorsque ces marques sont considérées dans leur ensemble, le simple fait qu'elles comportent toutes deux le mot « London » à caractère non distinctif n'a pas été jugé suffisant pour conclure qu'elles ont un degré de ressemblance important.

[57] Il n'y a pas de méthode ou de recette unique pour évaluer le degré de ressemblance entre deux marques. La Cour a conclu que le premier mot est important pour établir le caractère distinctif : voir la décision *Conde Nast Publications Inc c Union des éditions modernes* (1979), 46 CPR (2d) 183, à la page 188 (CF). Dans l'arrêt *Masterpiece*, au paragraphe 64, la Cour suprême a ajouté que bien que ce soit vrai dans certains cas, il est préférable de se demander au départ « si l'un des aspects de [la marque de commerce] est particulièrement frappant ou unique ». S'il est vrai que l'attention du consommateur moyen portera sans l'ombre d'un doute sur la composante dominante d'une marque, celui-ci regardera aussi la marque dans son ensemble.

[58] L'avocat de la demanderesse demande à la Cour d'infirmer cette conclusion parce que l'agente n'a pas tenu compte du fait que le mot « LONDON » constitue l'aspect le plus frappant et unique de la famille des marques LONDON de la demanderesse, et que LONDON est le mot qui attire l'attention du consommateur envers les marques de commerce SMITH & BARNES LONDON.

[59] Il n'est pas du tout manifeste que le mot LONDON, un nom géographique à faible caractère distinctif, soit l'aspect le plus frappant de la marque de la demanderesse. Cela l'est

encore moins dans le cas de la marque de la défenderesse. Rien n'indique que le consommateur moyen sera immédiatement attiré par le mot LONDON quand il regardera les marques LONDON DRUGS ou SMITH & BARNES LONDON au point d'oublier totalement les autres mots qui composent ces marques, d'autant plus qu'il s'agit du premier mot dans la marque de la demanderesse et du dernier dans celle de la défenderesse.

[60] Il est incontestable que la ressemblance ou l'absence de ressemblance entre deux marques de commerce est fondée, en partie du moins, sur l'intuition. En l'espèce, il est difficile de dire si les marques LONDON DRUGS et SMITH & BARNES LONDON sont similaires au point de créer de la confusion. Il est bien établi que si des marques ne possèdent qu'un faible caractère distinctif inhérent, voire aucun, comme c'est le cas en l'espèce, des différences mineures serviront à les distinguer. Vu l'absence totale de similarité entre les marques de commerce respectives des parties en ce qui concerne la présentation, le son ou le sens, il était parfaitement raisonnable que l'agente conclue que les marques des parties ne se ressemblent d'aucune manière appréciable. Ainsi que l'a déclaré la Cour suprême dans l'arrêt *Mattel* (au paragraphe 25), la Commission n'est tenue d'examiner que les sources possibles de confusion qu'elle estime « vraisemblables ». Ce n'est clairement pas le cas en l'espèce.

- Autres circonstances de l'espèce

[61] Il ne fait aucun doute qu'une famille de marques de commerce est un facteur qui doit être pris en compte au moment d'évaluer la probabilité de confusion, puisqu'elle peut amener plus facilement un consommateur à penser qu'une marque demandée qui renferme une caractéristique commune provient de la même source que les produits couverts par la famille de marques :

Molnlycke Aktiebolag c Kimberly-Clark of Canada Ltd (1982), 61 CPR (2d) 42 (CF); *Mission Pharmacal Co c Ciba-Geigy Canada Ltd* (1990), 30 CPR (3d) 101 (CF).

[62] En l'espèce, l'agente a conclu que la demanderesse a uniquement établi qu'elle était propriétaire d'une famille de marques de commerce composée de quatre marques (LONDON DRUGS, LONDON PREMIERE, LONDON GOURMET et LONDON HOME). Elle a souligné que les éléments additionnels, pour chacune de ces marques, sont des mots communs qui évoquent les marchandises et les services de la demanderesse et qui possèdent donc un faible caractère distinctif inhérent. C'est pourquoi l'agente a conclu que le fait que la demanderesse soit propriétaire de ces marques était insuffisant pour l'emporter sur le fait que le mot « London » possède un faible caractère distinctif. Des remarques semblables peuvent être faites au sujet des nouveaux éléments de preuve que la demanderesse a présentés à la Cour.

[63] Pour faire infirmer la conclusion de l'agente, la demanderesse a produit l'affidavit de M. Felix qui renferme des éléments de preuve sur l'emploi des marques de commerce LONDON DRUGS et LONDON DRUGS et Dessin pour les services de magasin de vêtements de détail et les services de magasin à rayons, ainsi que l'emploi des marques de commerce LONDON GOURMET et LONDON GOURMET et Dessin, LONDON HOME et LONDON HOME et Dessin, LONDON LIGHTS, LONDON LOOK, LONDON NATURALS et LONDON NATURALS et Dessin, LONDON ORCHARDS, LONDON PLANTATION, LONDON PREMIERE et LONDON PREMIERE et Dessin, LONDON CUSTOMWORKS et LONDON SPA pour une vaste gamme de produits et de services.

[64] Premièrement, je fais remarquer que la plupart des marques de commerce susmentionnées ne figurent pas dans les déclarations d'opposition de la demanderesse. Bien qu'elles puissent néanmoins être considérées comme faisant partie des circonstances de l'espèce, il aurait été préférable de les avoir mentionnées dans la déclaration d'opposition. On ne saurait certainement reprocher à l'agente de ne pas en avoir tenu compte.

[65] Plus important encore, les éléments additionnels pour toutes les marques maintenant invoquées par la demanderesse (Lights, Look, Naturals, Orchards, Plantation, Customworks, Spa) sont tous des noms communs qui évoquent les marchandises de la demanderesse, tout comme les mots « Home » et « Gourmet » examinés par l'agente. Ils sont donc tout aussi insuffisants pour contrer le faible caractère distinctif inhérent du mot « London ». De plus, il ressort de la preuve que des marques de commerce qui renferment le mot « London » sont employées et enregistrées par d'autres propriétaires au Canada, plus précisément en liaison avec les vêtements.

[66] Il m'est donc impossible de conclure que le fait que la demanderesse soit propriétaire d'une famille de marques de commerce « London », même élargie, est suffisant pour écarter le faible caractère distinctif inhérent du mot « London ». Les nouveaux éléments de preuve présentés par la demanderesse n'ont pas un poids suffisamment déterminant pour avoir une incidence importante sur le raisonnement adopté par l'agente, ni pour justifier l'annulation de sa décision. Qu'elles soient considérées séparément ou ensemble, les marques de commerce de la demanderesse ont toutes la même désignation géographique, selon le même modèle, accompagnée d'un mot descriptif. Il n'y a aucune ressemblance entre LONDON DRUGS et

SMITH & BARNES LONDON, et le simple fait qu'il existerait une famille de marques de commerce LONDON (peu importe l'envergure de cette famille) n'amènerait pas plus facilement un consommateur à penser que la marque de commerce de la défenderesse fait partie de cette famille en raison du mot commun LONDON.

[67] L'avocat de la demanderesse s'est aussi fondé sur les nouveaux éléments de preuve présentés à la Cour (en particulier l'affidavit de 2012 de M^{me} Owens) pour faire valoir que l'état du registre et l'état du marché favorisent la demanderesse. Il existe, semble-t-il, seulement trois enregistrements par des tierces parties comportant le mot LONDON qui sont associés aux services de magasin de vêtements de détail et services de magasin à rayons.

[68] L'agente savait fort bien que les éléments de preuve relatifs à l'état du registre ne seront pertinents que s'ils permettent de tirer des conclusions sur l'état du marché. De telles conclusions peuvent être tirées seulement dans les endroits où existe un grand nombre d'enregistrements pertinents : *Ports International Ltd c Dunlop Ltd* (1992), 41 CPR (3d) 432; *Kellogg Salada Canada Inc c Maximum Nutrition Ltd* (1992), 43 CPR (3d) 349 (CAF), à la page 359; *Welch Foods Inc c Del Monte Corp* (1992), 44 CPR (3d) 205 (CF), à la page 209; *In-Touch Network Systems Inc c 01 Communique Laboratory Inc* (2007)), 63 CPR (4th) 224 (COMC), à la page 233.

[69] L'agente a déterminé que le petit nombre de marques LONDON coexistantes relevées dans le secteur des services de magasin ne favorisaient pas la défenderesse eu égard à sa demande visant l'enregistrement des services. Cependant, elle a conclu que ce facteur favorisait

la défenderesse, compte tenu des nombreuses marques LONDON coexistantes associées à la demande visant l'enregistrement des marchandises. Les éléments de preuve additionnels produits devant la Cour appuient le caractère raisonnable des conclusions de la Commission puisqu'ils révèlent l'existence d'un plus grand nombre de marques LONDON qui sont seulement liées à la demande visant l'enregistrement des marchandises. Je suis d'accord avec la défenderesse pour dire que vu les conclusions de l'agente relativement à l'état du registre et à l'état du marché, rien ne justifie l'intervention de la Cour.

[70] Enfin, la demanderesse a soutenu que la Commission a commis une erreur en limitant son analyse de la probabilité de confusion à une seule marque de commerce (LONDON DRUGS) pour ce qui est de la demande visant l'enregistrement des services, et seulement à quatre enregistrements de la demanderesse (LONDON DRUGS, LONDON GOLD MINE, LONDON DRUGS JEWELLERY et LONDON PREMIERE et Dessin) pour ce qui est de la demande visant l'enregistrement des marchandises.

[71] Cet argument est, à l'évidence, sans fondement. À vrai dire, les autres marques de commerce de la demanderesse sont encore moins similaires à la marque SMITH & BARNES LONDON que LONDON DRUGS. Il est évident qu'il existe encore moins de similarités dans la présentation, le son ou le sens entre les marques LONDON GOLD MINE, LONDON DRUGS JEWELLERY et LONDON PREMIERE et Dessin, d'une part, et SMITH & BARNES LONDON, d'autre part, et que la probabilité de confusion est moindre.

[72] Compte tenu de ces circonstances, il était parfaitement raisonnable que la Commission évalue la probabilité de confusion entre la marque de commerce SMITH & BARNES LONDON et la marque de commerce de la demanderesse qui lui ressemble le plus. Si la marque SMITH & BARNES LONDON ne risque pas de créer de la confusion avec la marque LONDON DRUGS, il est encore moins probable qu'elle en créera avec des marques qui lui ressemblent encore moins; il n'était donc pas nécessaire que l'agente se livre à cet exercice : arrêt *Masterpiece*, au paragraphe 61.

[73] L'agente a aussi rejeté les motifs d'opposition fondés sur l'absence de droit à l'enregistrement (fondés sur les alinéas 38(2)c) et 16(3)a), b) et c) de la Loi) et le motif d'opposition fondé sur le caractère distinctif (article 2 et alinéa 38(2)d) de la Loi), au motif que les différentes dates pertinentes applicables à ces motifs d'opposition n'ont pas une incidence importante sur sa conclusion au sujet de la question de la confusion. Pour les motifs que j'ai déjà exposés plus haut, je conviens avec l'agente qu'aucun des nouveaux éléments de preuve produits devant la Cour ne serait suffisant pour changer sa conclusion. Il est clair que la conclusion de l'agente était raisonnable, et les affidavits supplémentaires produits dans le présent appel n'ont pas une incidence assez importante pour modifier son raisonnement.

[74] Pour tous les motifs qui précèdent, l'appel est rejeté avec dépens.

JUGEMENT

LA COUR STATUE que l'appel est rejeté avec dépens.

« Yves de Montigny »

Juge

Traduction certifiée conforme
Linda Brisebois, LL.B.

Annexe A

Vêtements pour femmes, hommes et enfants, nommément ensembles, vestes, jupes, pantalons, robes, manteaux, chemisiers, tee-shirts, corsages bain-de-soleil, débardeurs, chandails, chandails-vestes, chandails, cardigans, ensembles d'entraînement, vêtements de bain, jeans; sous-vêtements, nommément lingerie, bas-culottes, bonneterie, vêtements de nuit, robes de nuit, pyjamas, peignoirs, sous-vêtements, sous-vêtements de maintien, soutiens-gorge, camisoles; accessoires pour femmes, nommément chapeaux, gants, bijoux, chaussettes, pinces à cheveux, foulards, sacs à main, ceintures; petits articles en cuir, nommément portefeuilles, sacs à main, chaînes porte-clés, serviettes et étuis à lunettes; articles ménagers, nommément ustensiles de table, batterie de cuisine, articles de verrerie, articles cadeaux et articles décoratifs pour la table, nommément : articles de table en porcelaine, porcelaine fine, porcelaine phosphatique, poterie ou articles en grès, grandes tasses à café, tasses à café au lait, tasses à expresso, verres à boire, verres à vin, verres à martini, assiettes et plats de service, bols à légumes, saladiers, beurriers, ensembles de crémiers et de sucriers, sucriers, saucières, salières et poivrières, coquetiers, coupes à crème glacée, bols à soupe à l'oignon, pichets, plats à hors-d'œuvre, chauffe-beurre, petits contenants à beurre, théières et cafetières, ustensiles de table (nommément fourchettes, couteaux, cuillères, baguettes, fourchettes à fruits de mer, pinces à homard, fourchettes à cocktail, couteaux à beurre), casseroles, marmites, poêles à frire, poêles, rôtissoires, mijoteuses, cocottes, woks, cuiseurs pour le riz, plaques à pâtisserie, moules à pâtisserie, moules à muffins, assiettes et pelles à tarte, assiettes à quiche, moules à soufflé, gaufriers, services à fondue, assiettes à fondue, fourchettes à fondue, brûleurs et combustibles liquides ou solides pour services à fondue, ramequins, soupières, passoires, rouleaux à pâtisserie, assiettes et pelles à gâteau, mousoirs à lait, supports à essuie-tout, porte-ustensiles, repose-cuillères, sous-plats, pinces, peleuses, râpes à fromage cylindriques, hache-viande, trancheuses, râpes, vide-pommes, zesteurs,

coupe-pizzas, mesures à spaghetti, plateaux à fromages, couteaux à pamplemousse, presse-citrons, pelles à tarte, ouvre-bocaux, cuillères à crème glacée, couteaux de cuisine, ouvre-bouteilles, ouvre-boîtes, ciseaux, thermomètres à bonbons, thermomètres de four, presse-ail, pelles, spatules, cuillères à cuisson, fourchettes de cuisine, louches, repose-cuillères, écumoirs, passoirs, tire-bouchons, cuillères à spaghetti, pilons à pommes de terre, fouets, tasses à mesurer, cuillères à mesurer, étagères à épices, jeux de boîtes de rangement, jarres à biscuits, boîtes à pain, ramasse-couverts, bocaux à confiture, ensembles de sous-verres, planches à fromage, planches à découper, planches à découper, plateaux tournants, ensembles à condiments, livres de cuisine, supports à livre de cuisine, porte-bouteilles, horloges de cuisine, porte-serviettes, porte-couteaux, porte-bananes, casse-noix avec pics, services à salade, services à trempette, égouttoirs à vaisselle, bols à fruits; mobilier et articles décoratifs, notamment : mobilier pour la cuisine, la chambre, la salle de bain, la salle de séjour, la salle à manger, la salle de jeux, le bureau et l'extérieur, literie, draps, taies d'oreiller, housses de couette, cache-sommiers, couvre-lits, couvertures en tricot, taies d'oreillers décoratives, couvre-oreillers, oreillers, surmatelas, housses de matelas, couvertures piquées, courtepointes, couettes, essuie-mains et serviettes de bain, débarbouillettes, tapis de bain et garnitures de fenêtres (les Marchandises).

Annexe B

Annexe A de la décision de la Commission des oppositions des marques de commerce portant sur la demande visant l'enregistrement des services

Marque de commerce - N° d'enregistrement	Marchandises/Services	Date d'enregistrement
LONDON DRUGS LMC238,839	Services : Exploiter des pharmacies modernes de jour offrant tous les services que le public s'attend à ce que de tels établissements fournissent, y compris l'exploitation de dispensaires; [TRADUCTION] Exploitation d'un magasin de détail pour la vente d'accessoires optiques.	4 janv. 1980
LONDON DRUGS LMC297,076	Services : Pharmacies et magasins à rayons; Exploitation d'un magasin de détail pour la vente d'accessoires optiques; Exploitation d'un magasin de détail pour la vente de montres et de bijoux et la réparation de montres et de bijoux; Exploitation d'un magasin de détail pour la vente et la location de rubans magnétoscopiques, de matériel vidéo et de tous les services et accessoires pertinents; Exploitation d'un magasin de détail pour la réparation de matériel informatique, la fourniture de programmes de formation informatique, la formation des clients dans l'utilisation du logiciel informatique, les services de consultation aux acheteurs de logiciel informatique; Exploitation d'un magasin de détail pour la fourniture de services de développement de photographies, la vente de matériel photographique, d'appareils photo, d'accessoires et de services photographiques.	16 nov. 1984
LONDON DRUGS LMC311,269	Services : Exploitation d'une pharmacie et exploitation d'un magasin à rayons.	14 fév. 1986
LONDON DRUGS LMC538,386	Marchandises : Produits d'hygiène dentaire, notamment stimulateurs pour gencives, ruban dentaire, soie dentaire, gouttes de fluorure; suppléments vitaminiques et minéraux; comprimés anti-nausée. Crème pour le corps, notamment crème à la vitamine E. Produits d'hygiène buccale, notamment rince-bouche et rince-bouche antiseptique; produits pour soins de bébés, notamment huile pour bébés,	6 déc. 2000

shampooing pour bébés. Produits pour les soins de bébés, notamment poudre pour bébés, lotion pour bébés; peroxyde d'hydrogène; alcool isopropylique à friction; pétrolatum; shampooing; crèmes et lotions hydratantes pour la peau, notamment crème de collagène élastine, cold-cream, beurre de cacao, crème d'aloès, crème pour les mains; produits pour les soins d'automobiles, notamment solution de nettoyage et d'antigel pour pare-brise. Produits pour les soins de bébés, notamment débarbouillettes pour bébés; produits nettoyants de maison, notamment détergent à vaisselle, détergent pour lave-vaisselle, préparation nettoyante liquide pour toilettes, nettoyeur liquide de fenêtres, nettoyeur liquide tout usage, nettoyeur liquide désinfectant, nettoyeur en vaporisateur tout usage, déboucheur de drain. Thermomètres; bouillottes; pansements en tissu élastique; pansements en plastique; gants de caoutchouc; tampons démaquillants; tampons en coton pour le visage. Couches jetables; onguent antibiotique topique; sirop pour la toux; comprimés d'acétaminophène entérosolubles; comprimés d'acide acétylsalicylique; cotons-tiges; boules de coton hydrophile; huile à moteur; produits ménagers, notamment sacs à sandwich en plastique, pellicules en plastique pour emballer les aliments; sacs à ordures en plastique munis d'un cordonnet, sacs à ordures en plastique pour usage domestique, sacs à ordures en plastique pour le jardinage, papier d'aluminium; assainisseurs d'air; articles d'école et de papeterie, notamment ensembles de mathématiques, crayons, règles, ruban. Produits d'hygiène dentaire, notamment brosses à dents pour enfants et adultes; trousse de voyage, notamment ensembles de brosse à dents et de dentifrice; laxatifs; écran solaire en lotion, gel pour soulager les coups de soleil; lotion d'autobronzage; produits d'hygiène féminine, notamment protège-culottes, serviettes hygiéniques; déodorants pour hommes et femmes; cintres; chiffons de cuisine réutilisables; ammonium de maison; produits nettoyants pour la lessive, notamment


assouplisseur de tissus, agent de blanchiment, détachant. Produits d'hygiène buccale, notamment vaporisateur pour l'haleine; pansements absorbants en rouleau; antiacide liquide; suppositoires à la glycérine; comprimés d'acétaminophène pour enfants, comprimés d'acétaminophène pour adultes; anticoryzas, notamment liquides décongestionnants au citron à prendre chauds, capsules contre le rhume, gouttes nasales, décongestionnants nasaux; huile minérale; antihistaminiques; édulcorants artificiels; papiers mouchoirs; papier hygiénique. Produits d'hygiène buccale, notamment eau dentifrice; produits pour soins de bébé, notamment sacs jetables pour biberons; pétrolatum; fixatifs, revitalisant capillaire; huile pour le bain, brosses de toilette en plastique et en bois; éponges de bain en luffa, gants de bain en luffa, brosses de toilette en luffa, tampons pour le corps et le visage en luffa; éponges de mer pour le bain; savon liquide; cartouches de lames de rasoir; rasoirs jetables; blaireaux; ustensiles et accessoires pour cosmétiques, notamment brosses d'ombre à paupières à extrémité en éponge, éponges pour cosmétiques et tampons d'ouate pour le visage; houppettes; pincettes, recourbecils, recourbecils de rechange, taille-crayons de maquillage; éponges de maquillage; miroirs; pinceaux de maquillage; produits pour le soin des ongles, notamment dissolvant de vernis à ongles, ciseaux à cuticules, ciseaux à ongles, coupe-ongles, coupe-ongles d'orteil, pinces à cuticules, pinces à ongles, limes à ongles, limes d'émeri, crayons à ongles, repousse-cuticules, coupe-cuticules, bâtonnets à manucure, pinceaux à manucure; matériel de soins personnels, notamment ciseaux de barbier, ciseaux à amincir, ciseaux à moustache; pierres ponce, éponges ponce, enlève-cors, lames pour enlève-cors; marqueurs de bingo; outils de jardinage, notamment fourches, râtaux, truelles et houes; sacs-repas; articles de bureau, notamment enveloppes, papier, blocs pour écrire, vidéocassettes vierges; pellicule photographique. Litière agglutinante pour chats.


	<p>Tests de grossesse. Dépoussiéreurs en aérosol pour équipement électronique. Tabourets-escabeaux.</p> <p>Services : Exploitation d'un magasin de détail et de marchandises diverses; exploitation d'une pharmacie; services de développement et de tirage photographiques; exploitation d'un point de vente au détail d'équipement photographique et d'accessoires photographiques; services de magasin d'appareils-photo. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente de cosmétiques, de produits pour soigner les cheveux, de produits pour le soin de la peau, de produits de parfumerie et de préparations de toilette. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente d'équipements radio et de reproduction du son, d'équipement de reproduction audio, d'équipement de reproduction vidéo, de dispositifs et instruments électriques et électroniques, de téléphones, d'horloges, d'accessoires audio et vidéo. Exploitation de points de vente au détail et en gros spécialisés dans les logiciels, le matériel informatique et les accessoires connexes aux ordinateurs; services d'informatique, notamment formation du client, réparation d'ordinateurs, services de formation en informatique, intégration de systèmes informatiques et programmation informatique. Exploitation d'un commerce de détail spécialisé dans la vente, la distribution, l'installation, la livraison ainsi que l'équilibrage et le montage de systèmes de matériel et de produits de sonorisation, de projection et audio et vidéo.</p>	
<p>LONDON DRUGS LMC423,787</p>	<p>Marchandises : Produits d'hygiène dentaire, notamment stimulateurs pour gencives, rubans dentaires, soie dentaire, pastilles de fluore; suppléments vitaminiques et minéraux; comprimés antinauséux. Crèmes pour le corps, notamment crèmes à la vitamine E. Produits d'hygiène bucco-dentaire, notamment rince-bouche et antiseptiques buccaux; produits de soins pour bébés, notamment huiles pour bébés, shampoings pour bébés. Produits de</p>	<p>25 fév. 1994</p>

soins pour bébés, notamment poudre pour bébés, lotions pour bébés; peroxyde d'hydrogène; alcool isopropylique; vaseline; shampoing; crèmes et lotions, notamment crème à l'élastine et au collagène, cold-cream, beurre de cacao, crèmes à l'aloès, crèmes pour les mains; produits d'entretien pour l'auto, notamment lave-glace et solutions antigel. Produits de soins pour bébés, notamment débarbouillettes pour bébés; produits d'entretien domestique, notamment détergents liquides pour la vaisselle, détergents pour la vaisselle, nettoyants liquides pour cuvettes de cabinets, nettoie-vitres, nettoyants liquides tout usage, nettoyants liquides désinfectants, nettoyants tout usage en aérosol, débouchetuyaux. Thermomètres; bouillottes; pansements de gaze élastiques; pansements en élastique; gants de caoutchouc; tampons démaquillants; tampons d'ouate; comprimés d'acétaminophène; comprimés d'acétylsalicylique; cure-oreilles; boules d'ouate absorbantes; huile moteur; produits domestiques, notamment sacs à sandwichs en plastique, pellicules d'emballage en plastique pour aliments, sacs à ordures en plastique à cordonnet, sacs à ordures en plastique pour poubelles de cuisine, sacs à ordures en plastique pour le jardin, papier d'aluminium; assainisseurs d'air; fournitures scolaires et articles de papeterie, notamment nécessaires de mathématiques, crayons, règles, rubans. Produits d'hygiène dentaire, notamment brosses à dents pour enfants et adultes; nécessaires de voyage, notamment nécessaires comprenant brosse à dents et dentifrice; laxatifs; lotions antisolaires, gels destinés soulager les coups de soleil; lotions bronzantes sans soleil; produits d'hygiène féminine, notamment protège-dessous, serviettes hygiéniques; désodorisants pour hommes et femmes; cintres; chiffons réutilisables pour la cuisine, ammoniac à usage domestique; produits de lessive, notamment assouplissants pour tissus, eau de javel, détachants. Produits d'hygiène bucco-dentaire, notamment

atomiseurs pour l'haleine; pansements absorbants en rouleau; antiacides en liquide; suppositoires de glycérine; comprimés d'acétaminophène pour enfants, comprimés d'acétaminophène pour adultes; médicaments contre le rhume, nommément boissons chaudes décongestionnantes au citron, capsules contre le rhume, gouttes nasales, décongestionnants nasaux; huile minérale; antihistaminiques; édulcorants artificiels; mouchoirs de papier; papier hygiénique. Produits d'hygiène bucco-dentaires, nommément eaux dentifrices; produits de soins pour bébés, nommément sacs jetables pour biberons; vaseline; fixatifs capillaires en aérosol, revitalisants capillaires; huiles de bain, brosses pour le bain en plastique et en bois; luffa, gants de toilette en luffa, brosses pour le bain en luffa, tampons en luffa pour le corps et le visage; éponges de mer pour le bain; savon liquide; cartouches de lames de rasoir; rasoirs jetables; blaireaux; instruments et accessoires de maquillage, nommément pinceaux à embout en éponge pour ombres à paupières, éponges à maquiller et tampons d'ouate pour le visage; houppettes; pinces à épiler, recourbe-cils, recharges pour recourbe-cils, taille-crayons de maquillage; éponges à maquiller; miroirs, pinceaux de maquillage; produits pour le soin des ongles, nommément dissolvants pour vernis à ongles, ciseaux à cuticules, ciseaux à ongles, coupe-ongles, pinces à cuticules, pinces à ongles, limes à ongles, limes en papier d'émeri, crayons à ongles, repousseurs, coupe-cuticules, bâtonnets de manucure, brosses à ongles, accessoires de toilette, nommément ciseaux de coiffeur, ciseaux à effiler, ciseaux moustache; pierres ponce, éponges de pierre ponce, enlève-cors, lames pour enlève-cors; marqueurs de bingo, outils de jardinage, nommément fourches, râtaux, déplantoirs et binettes; sacs-repas; articles de papeterie, nommément enveloppes, papier pour le bureau, blocs de papier à lettres; vidéocassettes; pellicules photographiques.

Services : Exploitation d'un magasin spécialisé


	dans la vente au détail de produits pharmaceutiques et de marchandises diverses, notamment services de magasin de vente au détail, incluant le marketing de produits pharmaceutiques divers, ménagers et de consommation.	
 LMC516,099	Services : Exploitation d'un magasin de marchandises diverses et d'une pharmacie; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation et l'équilibrage de systèmes et l'assemblage d'équipement et de produits de sonorisation, de projection et d'équipement et de produits audio et vidéo; exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente et la réparation de montres et de bijoux; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente de piles de prothèses auditives et accessoires optiques; exploitation de points de vente de détail et de gros de logiciels, matériel informatique et accessoires d'ordinateur connexes; services informatiques, notamment formation des clients, réparation d'ordinateurs, services de formation et informatique, intégration de systèmes informatiques, programmation par ordinateur, gestion de réseaux informatiques; exploitation d'un point de vente au détail offrant des services de tirage photographique, et spécialisé dans la vente d'équipement photographique, d'appareils-photo et d'accessoires.	9 sept. 1999
THE COSMETICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC427,029	Services : Exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail de cosmétiques, produits de soins capillaires, produits pour les soins de la peau, produits de parfumerie et produits de toilette.	6 mai 1994
THE MANY FACES OF LONDON DRUGS LMC517,132	Services : Exploitation d'un magasin de marchandises diverses et d'une pharmacie; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation et l'équilibrage de systèmes et l'assemblage d'équipement et de produits de sonorisation, de projection et d'équipement et de produits audio et vidéo; exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente et la réparation de montres et de	28 sept. 1999

	<p>bijoux; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente de piles de prothèses auditives et accessoires optiques; exploitation de points de vente de détail et de gros de logiciels, matériel informatique et accessoires d'ordinateur connexes; services informatiques, notamment formation des clients, réparation d'ordinateurs, services de formation et informatique, intégration de systèmes informatiques, programmation par ordinateur, gestion de réseaux informatiques; exploitation d'un point de vente au détail offrant des services de tirage photographique, et spécialisé dans la vente d'équipement photographique, d'appareils-photo et d'accessoires.</p>	
<p>THE OPTICAL DEPARTMENT OF LONDON DRUGS</p> <p>LMC300,626</p>	<p>Marchandises : Montures de lunettes, lentilles cornéennes, verres et accessoires optiques, à savoir étuis à lunettes et à lentilles cornéennes, solutions pour lentilles cornéennes, chaînettes et cordons pour lunettes, lunettes avec bandeau pour les sportifs, trousse de réparation, protège-nez, protecteurs latéraux, liquides à nettoyer les lunettes, loupes, liquides à nettoyer les lentilles et piles pour prothèses auditives.</p> <p>Services : Exploitation d'un magasin de vente au détail de montures de lunettes, de lentilles cornéennes, de piles pour prothèses auditives; exécution des ordonnances (lunettes et lentilles cornéennes) et meulage des verres optiques selon les prescriptions.</p>	8 mars 1985
 <p>LMC385,764</p>	<p>Services : Exploitation d'une pharmacie et d'un grand magasin.</p>	14 juin 1991
<p>LONDON CUSTOM WORKS</p> <p>LMC657,323</p>	<p>Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services</p>	25 janv. 2006

	<p>de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.</p>	
<p>LONDON CUSTOM WORKS LMC656,757</p>	<p>Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.</p>	18 janv. 2006
<p>LONDON CUSTOM WORKS LMC657,303</p>	<p>Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services</p>	25 janv. 2006

	<p>de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.</p>	
<p>LONDON COLOUR DIGITAL IMAGING</p> <p>LMC596,467</p>	<p>Marchandises : Logiciels pour l'organisation, le tri, la sollicitation, l'extraction, la manipulation, la micro-édition et la retouche de photographies numériques et autres images graphiques, et pour la création d'économiseurs d'écran, de papier peint par ordinateur, de calendriers et d'albums virtuels; dispositifs de stockage numériques, notamment cartes de mémoire pour caméras numériques; disques vierges, disques compacts et bandes vidéo, disques de photofaçonnage numériques enregistrables; supports de stockage numériques contenant des images photographiques.</p> <p>Services : Enregistrement d'images photographiques sur un support informatique, magnétique ou optique standard; manipulation et restauration d'images apportées par les clients; impression d'images numériques sur des articles promotionnels; service de traitement d'images sur Internet, création d'épreuves photographiques à partir de fichiers d'images numériques.</p>	4 déc. 2003
<p>LONDON DRUGS PHOTO STATION</p> <p>LMC557,245</p>	<p>Marchandises : Disques vierges, disques compacts vierges à enregistrer et bandes vidéo vierges à enregistrer, disques numériques de développement et tirage photographiques à enregistrer.</p> <p>Services : Placement d'images photographiques sur ordinateur standard, supports magnétiques ou optiques; manipulation et restauration</p>	31 janv. 2002

	d'images fournies par des clients; placement d'images numériques sur des articles promotionnels; services de développement et tirage photographiques sur l'internet.	
LONDON COLOUR PHOTODISK LMC510,245	<p>Marchandises : Disques, disques compacts et bandes sonores [TRADUCTION], excluant les disques, disques compacts et le bandes sonores qui renferment des photographies, des photographies d'archives, des œuvres d'art, des illustrations et des conceptions graphiques.</p> <p>Services : Insertion de photographies fournies par les clients sur ordinateur standard, supports magnétiques ou optiques.</p>	29 mars 1999
PCC – THE PERSONAL COMPUTER CENTER OF LONDON DRUGS LMC300,796	<p>Marchandises : Ordinateurs et leurs périphériques, nommément moniteurs, imprimantes, dispositifs auxiliaires pour disques, unité d'entraînement de disques, claviers, câbles, tableaux d'extension, modems, générateurs graphiques d'entrée, et autres accessoires, nommément disquettes, contenants de rangement des disquettes, produits en papier, meubles, couvercles et rubans d'ordinateur, cassettes, guides de référence, tableaux de mémoire, patrons de claviers d'ordinateur et logiciels.</p> <p>Services : Réparation d'ordinateurs, services et programmes éducatifs en informatique, formation des clients dans l'exploitation des logiciels et des services de consultation aux acheteurs de logiciels.</p>	15 mars 1985
LONDON DRUGS 1 HOUR PHOTO FINISHING LMC662,529	<p>Marchandises : Pellicule photographique. Logiciels pour organiser, trier, récupérer, manipuler, éditer et retoucher des photographies numériques et autres images graphiques et créer des économiseurs d'écran, des fonds d'écran, des calendriers et des albums virtuels; dispositifs de stockage de données numériques, nommément cartes mémoire pour caméras numériques; disques, disques compacts et bandes vidéo vierges, disques enregistrables pour le traitement numérique; dispositifs de stockage de données numériques contenant des images photographiques.</p>	11 avril 2006

	Services : Services de développement et de tirage photographiques. Enregistrement d'images photographiques sur un support informatique, magnétique ou optique standard; manipulation et restauration d'images apportées par les clients; impression d'images numériques sur des articles promotionnels; service de traitement d'images sur Internet, création d'épreuves photographiques à partir de fichiers d'images numériques.	
COSMETICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC427,029	Services : Exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail de cosmétiques, produits de soins capillaires, produits pour les soins de la peau, produits de parfumerie et produits de toilette.	6 mai 1994
ELECTRONICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC427,335	Services : Exploitation d'un commerce spécialisé dans la vente au détail d'équipement radio et de matériel de reproduction du son, matériel de reproduction audio, matériel de reproduction vidéo, dispositifs et instruments électriques et électroniques, téléphones, horloges et accessoires audio et vidéo.	13 mai 1994
THE JEWELLERY DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC300,628	Marchandises : Bijoux, montres, décorations et cadeaux, à savoir horloges, dinanderie, cristal, figurines, briquets, plumes, couverts, boutons de manchettes et bijoux à épingle. Services : Réparation de montres et de bijoux.	8 mars 1985
AUDIO-VIDEO SYSTEMS DEPARTMENT LONDON DRUGS LMC427,026	Services : Exploitation d'un commerce de détail spécialisé dans la vente, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation, l'équilibrage et le montage de système en rapport avec le matériel et les produits acoustiques, de projection, audio et vidéo.	6 mai 1994
 LMC298,030	Marchandises : Débarbouillettes pour bébés; soie dentaire; shampooings; produits domestiques, notamment nettoie-vitres; nettoyeurs tout usage à vaporiser, produits cosmétiques, notamment tampons de ouate, crèmes pour la peau; produits de premiers soins, notamment bandages en plastique et rouleaux de ouate; bouillottes; produits d'hygiène personnelle, notamment serviettes et tampons sanitaires de tous genres; boissons non alcooliques gazéifiées.	14 déc. 1984

	Services : Services de pharmacie et de magasin à rayons.	
LONDON GOLD MINE LMC370,629	Marchandises : Bijoux Services : Exploitation de magasin de bijoux de vente au détail.	13 juil. 1990
THE COMPUTER DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC291,940	Marchandises : Ordinateurs, périphériques et logiciel. Services : Réparation d'ordinateurs, programmes de formation en informatique, formation de clients dans l'utilisation du logiciel informatique et services de consultation aux acheteurs de logiciel.	15 juin 1984
LONDON DRUGS COMPUTERS LMC300,602	Marchandises : Ordinateurs, périphériques, à savoir moniteurs, imprimantes, appareils périphériques pour les disques, unités de disques, claviers, câbles, panneaux d'expansion, modems, programmes générateurs de données graphiques, logiciels. Services : Réparation d'ordinateurs, didacticiels, formation des clients sur l'utilisation des logiciels, services de consultation pour les acheteurs de logiciels.	8 mars 1985
PC – THE PERSONAL COMPUTER CENTER OF LONDON DRUGS LMC300,604	Marchandises : Ordinateurs, périphériques, à savoir moniteurs, imprimantes, appareils périphériques pour les disques, claviers, câbles, panneaux d'expansion, modems, programmes générateurs de données graphiques et autres accessoires connexes, à savoir disquettes, unités de rangement pour disquettes, papeterie, ameublement pour ordinateurs, housses d'ordinateurs, rubans, cassettes, guides et manuels d'utilisation, panneaux mémoire, organigraphes et logiciels. Services : Réparation d'ordinateurs, didacticiels, formation des clients sur l'utilisation des logiciels, services de consultation pour les acheteurs de logiciels.	8 mars 1985

Annexe A de la décision de la Commission des oppositions des marques de commerce portant sur la demande visant l'enregistrement des marchandises

Marque de commerce - N° d'enregistrement	Marchandises/Services	Date d'enregistrement
LONDON DRUGS LMC238,839	Services : Exploiter des pharmacies modernes de jour offrant tous les services que le public s'attend à ce que de tels établissements fournissent, y compris l'exploitation de dispensaires; [TRADUCTION] Exploitation d'un magasin de détail pour la vente d'accessoires optiques.	4 janv. 1980
LONDON DRUGS LMC297,076	Services : Pharmacies et magasins à rayons; Exploitation d'un magasin de détail pour la vente d'accessoires optiques. Exploitation d'un magasin de détail pour la vente de montres et de bijoux et la réparation de montres et de bijoux. Exploitation d'un magasin de détail pour la vente et la location de rubans magnétoscopiques, de matériel vidéo et de tous les services et accessoires pertinents. Exploitation d'un magasin de détail pour la réparation de matériel informatique, la fourniture de programmes de formation informatique, la formation des clients dans l'utilisation du logiciel informatique, les services de consultation aux acheteurs de logiciel informatique. Exploitation d'un magasin de détail pour la fourniture de services de développement de photographies, la vente de matériel photographique, d'appareils photo, d'accessoires et de services photographiques.	16 nov. 1984
LONDON DRUGS LMC311,269	Services : Exploitation d'une pharmacie et exploitation d'un magasin à rayons.	14 fév. 1986
LONDON DRUGS LMC538,386	Marchandises : Produits d'hygiène dentaire, nommément stimulateurs pour gencives, ruban dentaire, soie dentaire, gouttes de fluorure; suppléments vitaminiques et minéraux; comprimés anti-nausée. Crème pour le corps, nommément crème à la vitamine E. Produits d'hygiène buccale, nommément rince-bouche et rince-bouche antiseptique; produits pour soins de bébés, nommément huile pour bébés, shampoing pour bébés. Produits pour les soins de bébés, nommément poudre pour bébés,	6 déc. 2000

lotion pour bébés; peroxyde d'hydrogène; alcool isopropylique à friction; pétrolatum; shampoing; crèmes et lotions hydratantes pour la peau, notamment crème de collagène élastine, cold-cream, beurre de cacao, crème d'aloès, crème pour les mains; produits pour les soins d'automobiles, notamment solution de nettoyage et d'antigel pour pare-brise. Produits pour les soins de bébés, notamment débarbouillettes pour bébés; produits nettoyants de maison, notamment détergent à vaisselle, détergent pour lave-vaisselle, préparation nettoyante liquide pour toilettes, nettoyeur liquide de fenêtres, nettoyeur liquide tout usage, nettoyeur liquide désinfectant, nettoyeur en vaporisateur tout usage, déboucheur de drain. Thermomètres; bouillottes; pansements en tissu élastique; pansements en plastique; gants de caoutchouc; tampons démaquillants; tampons en coton pour le visage. Couches jetables; onguent antibiotique topique; sirop pour la toux; comprimés d'acétaminophène entérosolubles; comprimés d'acide acétylsalicylique; cotons-tiges; boules de coton hydrophile; huile à moteur; produits ménagers, notamment sacs à sandwich en plastique, pellicules en plastique pour emballer les aliments; sacs à ordures en plastique munis d'un cordonnet, sacs à ordures en plastique pour usage domestique, sacs à ordures en plastique pour le jardinage, papier d'aluminium; assainisseurs d'air; articles d'école et de papeterie, notamment ensembles de mathématiques, crayons, règles, ruban. Produits d'hygiène dentaire, notamment brosses à dents pour enfants et adultes; trousse de voyage, notamment ensembles de brosse à dents et de dentifrice; laxatifs; écran solaire en lotion, gel pour soulager les coups de soleil; lotion d'autobronzage; produits d'hygiène féminine, notamment protège-culottes, serviettes hygiéniques; déodorants pour hommes et femmes; cintres; chiffons de cuisine réutilisables; ammonium de maison; produits nettoyants pour la lessive, notamment assouplisseur de tissus, agent de blanchiment, détachant. Produits d'hygiène buccale,


nommément vaporisateur pour l'haleine; pansements absorbants en rouleau; antiacide liquide; suppositoires à la glycérine; comprimés d'acétaminophène pour enfants, comprimés d'acétaminophène pour adultes; anticoryzas, nommément liquides décongestionnants au citron à prendre chauds, capsules contre le rhume, gouttes nasales, décongestionnants nasaux; huile minérale; antihistaminiques; édulcorants artificiels; papiers mouchoirs; papier hygiénique. Produits d'hygiène buccale, nommément eau dentifrice; produits pour soins de bébé, nommément sacs jetables pour biberons; pétrolatum; fixatifs, revitalisant capillaire; huile pour le bain, brosses de toilette en plastique et en bois; éponges de bain en luffa, gants de bain en luffa, brosses de toilette en luffa, tampons pour le corps et le visage en luffa; éponges de mer pour le bain; savon liquide; cartouches de lames de rasoir; rasoirs jetables; blaireaux; ustensiles et accessoires pour cosmétiques, nommément brosses d'ombre à paupières à extrémité en éponge, éponges pour cosmétiques et tampons d'ouate pour le visage; houppettes; pincettes, recourbecils, recourbe-cils de rechange, taille-crayons de maquillage; éponges de maquillage; miroirs; pinceaux de maquillage; produits pour le soin des ongles, nommément dissolvant de vernis à ongles, ciseaux à cuticules, ciseaux à ongles, coupe-ongles, coupe-ongles d'orteil, pinces à cuticules, pinces à ongles, limes à ongles, limes d'émeri, crayons à ongles, repousse-cuticules, coupe-cuticules, bâtonnets à manucure, pinceaux à manucure; matériel de soins personnels, nommément ciseaux de barbier, ciseaux à amincir, ciseaux à moustache; pierres ponces, éponges ponces, enlève-cors, lames pour enlève-cors; marqueurs de bingo; outils de jardinage, nommément fourches, râteaux, truelles et houes; sacs-repas; articles de bureau, nommément enveloppes, papier, blocs pour écrire, vidéocassettes vierges; pellicule photographique. Litière agglutinante pour chats. Tests de grossesse. Dépoussiéreurs en aérosol pour équipement électronique. Tabourets-


	<p>escabeaux.</p> <p>Services : Exploitation d'un magasin de détail et de marchandises diverses; exploitation d'une pharmacie; services de développement et de tirage photographiques; exploitation d'un point de vente au détail d'équipement photographique et d'accessoires photographiques; services de magasin d'appareils-photo. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente de cosmétiques, de produits pour soigner les cheveux, de produits pour le soin de la peau, de produits de parfumerie et de préparations de toilette. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente d'équipements radio et de reproduction du son, d'équipement de reproduction audio, d'équipement de reproduction vidéo, de dispositifs et instruments électriques et électroniques, de téléphones, d'horloges, d'accessoires audio et vidéo. Exploitation de points de vente au détail et en gros spécialisés dans les logiciels, le matériel informatique et les accessoires connexes aux ordinateurs; services d'informatique, notamment formation du client, réparation d'ordinateurs, services de formation en informatique, intégration de systèmes informatiques et programmation informatique. Exploitation d'un commerce de détail spécialisé dans la vente, la distribution, l'installation, la livraison ainsi que l'équilibrage et le montage de systèmes de matériel et de produits de sonorisation, de projection et audio et vidéo.</p>	
<p>LONDON DRUGS LMC423,787</p>	<p>Marchandises : Produits d'hygiène dentaire, notamment stimulateurs pour gencives, rubans dentaires, soie dentaire, pastilles de fluore; suppléments vitaminiques et minéraux; comprimés antinauséux. Crèmes pour le corps, notamment crèmes à la vitamine E. Produits d'hygiène bucco-dentaire, notamment rince-bouche et antiseptiques buccaux; produits de soins pour bébés, notamment huiles pour bébés, shampoings pour bébés. Produits de soins pour bébés, notamment poudre pour bébés, lotions pour bébés; peroxyde</p>	<p>25 fév. 1994</p>

d'hydrogène; alcool isopropylique; vaseline; shampoing; crèmes et lotions, notamment crème à l'élastine et au collagène, cold-cream, beurre de cacao, crèmes à l'aloès, crèmes pour les mains; produits d'entretien pour l'auto, notamment lave-glace et solutions antigel. Produits de soins pour bébés, notamment débarbouillettes pour bébés; produits d'entretien domestique, notamment détergents liquides pour la vaisselle, détergents pour la vaisselle, nettoyants liquides pour cuvettes de cabinets, nettoie-vitres, nettoyants liquides tout usage, nettoyants liquides désinfectants, nettoyants tout usage en aérosol, débouche-tuyaux. Thermomètres; bouillottes; pansements de gaze élastiques; pansements en élastique; gants de caoutchouc; tampons démaquillants; tampons d'ouate; comprimés d'acétaminophène; comprimés d'acétylsalicylique; cure-oreilles; boules d'ouate absorbantes; huile moteur; produits domestiques, notamment sacs à sandwichs en plastique, pellicules d'emballage en plastique pour aliments, sacs à ordures en plastique à cordonnet, sacs à ordures en plastique pour poubelles de cuisine, sacs à ordures en plastique pour le jardin, papier d'aluminium; assainisseurs d'air; fournitures scolaires et articles de papeterie, notamment nécessaires de mathématiques, crayons, règles, rubans. Produits d'hygiène dentaire, notamment brosses à dents pour enfants et adultes; nécessaires de voyage, notamment nécessaires comprenant brosse à dents et dentifrice; laxatifs; lotions antisolaires, gels destinés soulager les coups de soleil; lotions bronzantes sans soleil; produits d'hygiène féminine, notamment protège-dessous, serviettes hygiéniques; désodorisants pour hommes et femmes; cintres; chiffons réutilisables pour la cuisine, ammoniac à usage domestique; produits de lessive, notamment assouplissants pour tissus, eau de javel, détachants. Produits d'hygiène bucco-dentaire, notamment atomiseurs pour l'haleine; pansements absorbants en rouleau; antiacides en liquide;

suppositoires de glycérine; comprimés d'acétaminophène pour enfants, comprimés d'acétaminophène pour adultes; médicaments contre le rhume, notamment boissons chaudes décongestionnantes au citron, capsules contre le rhume, gouttes nasales, décongestionnants nasaux; huile minérale; antihistaminiques; édulcorants artificiels; mouchoirs de papier; papier hygiénique. Produits d'hygiène bucco-dentaires, notamment eaux dentifrices; produits de soins pour bébés, notamment sacs jetables pour biberons; vaseline; fixatifs capillaires en aérosol, revitalisants capillaires; huiles de bain, brosses pour le bain en plastique et en bois; luffa, gants de toilette en luffa, brosses pour le bain en luffa, tampons en luffa pour le corps et le visage; éponges de mer pour le bain; savon liquide; cartouches de lames de rasoir; rasoirs jetables; blaireaux; instruments et accessoires de maquillage, notamment pinceaux à embout en éponge pour ombres à paupières, éponges à maquiller et tampons d'ouate pour le visage; houppettes; pinces à épiler, recourbe-cils, recharges pour recourbe-cils, taille-crayons de maquillage; éponges à maquiller; miroirs, pinceaux de maquillage; produits pour le soin des ongles, notamment dissolvants pour vernis à ongles, ciseaux à cuticules, ciseaux à ongles, coupe-ongles, pinces à cuticules, pinces à ongles, limes à ongles, limes en papier d'émeri, crayons à ongles, repoussoirs, coupe-cuticules, bâtonnets de manucure, brosses à ongles, accessoires de toilette, notamment ciseaux de coiffeur, ciseaux à effiler, ciseaux moustache; pierres ponce, éponges de pierre ponce, enlève-cors, lames pour enlève-cors; marqueurs de bingo, outils de jardinage, notamment fourches, râteaux, déplantoirs et binettes; sacs-repas; articles de papeterie, notamment enveloppes, papier pour le bureau, blocs de papier à lettres; vidéocassettes; pellicules photographiques.

Services : Exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail de produits pharmaceutiques et de marchandises diverses,


	<p>nommément services de magasin de vente au détail, incluant le marketing de produits pharmaceutiques divers, ménagers et de consommation.</p>	
 <p>LMC516,099</p>	<p>Services : Exploitation d'un magasin de marchandises diverses et d'une pharmacie; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation et l'équilibrage de systèmes et l'assemblage d'équipement et de produits de sonorisation, de projection et d'équipement et de produits audio et vidéo; exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente et la réparation de montres et de bijoux; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente de piles de prothèses auditives et accessoires optiques; exploitation de points de vente de détail et de gros de logiciels, matériel informatique et accessoires d'ordinateur connexes; services informatiques, nommément formation des clients, réparation d'ordinateurs, services de formation et informatique, intégration de systèmes informatiques, programmation par ordinateur, gestion de réseaux informatiques; exploitation d'un point de vente au détail offrant des services de tirage photographique, et spécialisé dans la vente d'équipement photographique, d'appareils-photo et d'accessoires.</p>	9 sept. 1999
<p>THE COSMETICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS</p> <p>LMC427,029</p>	<p>Services : Exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail de cosmétiques, produits de soins capillaires, produits pour les soins de la peau, produits de parfumerie et produits de toilette.</p>	6 mai 1994
<p>THE MANY FACES OF LONDON DRUGS</p> <p>LMC517,132</p>	<p>Services : Exploitation d'un magasin de marchandises diverses et d'une pharmacie; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation et l'équilibrage de systèmes et l'assemblage d'équipement et de produits de sonorisation, de projection et d'équipement et de produits audio et vidéo; exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente et la réparation de montres et de bijoux; exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente de piles de prothèses auditives et</p>	28 sept. 1999

	<p>accessoires optiques; exploitation de points de vente de détail et de gros de logiciels, matériel informatique et accessoires d'ordinateur connexes; services informatiques, notamment formation des clients, réparation d'ordinateurs, services de formation et informatique, intégration de systèmes informatiques, programmation par ordinateur, gestion de réseaux informatiques; exploitation d'un point de vente au détail offrant des services de tirage photographique, et spécialisé dans la vente d'équipement photographique, d'appareils-photo et d'accessoires.</p>	
<p>THE OPTICAL DEPARTMENT OF LONDON DRUGS</p> <p>LMC300,626</p>	<p>Marchandises : Montures de lunettes, lentilles cornéennes, verres et accessoires optiques, à savoir étuis à lunettes et à lentilles cornéennes, solutions pour lentilles cornéennes, chaînettes et cordons pour lunettes, lunettes avec bandeau pour les sportifs, trousse de réparation, protège-nez, protecteurs latéraux, liquides à nettoyer les lunettes, loupes, liquides à nettoyer les lentilles et piles pour prothèses auditives.</p> <p>Services : Exploitation d'un magasin de vente au détail de montures de lunettes, de lentilles cornéennes, de piles pour prothèses auditives; exécution des ordonnances (lunettes et lentilles cornéennes) et meulage des verres optiques selon les prescriptions.</p>	8 mars 1985
 <p>LMC385,764</p>	<p>Services : Exploitation d'une pharmacie et d'un grand magasin.</p>	14 juin 1991
<p>LONDON CUSTOM WORKS</p> <p>LMC657,323</p>	<p>Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration;</p>	25 janv. 2006

	services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.	
LONDON CUSTOM WORKS LMC656,757	Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.	18 janv. 2006
LONDON CUSTOM WORKS LMC657,303	Services : Vente au détail et mise en marché d'équipement audio et vidéo; services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio et vidéo; services de réparation et d'entretien audio et vidéo; services précâblés de systèmes de réseautage domestiques, audio et vidéo; services de vente, de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes d'éclairage; services de conception, d'ingénierie et d'installation de systèmes domotiques et d'intégration;	25 janv. 2006

	<p>services de conception, d'ingénierie, de vente, de consultation et d'installation de systèmes audio, vidéo, de réseautage et d'éclairage en ce qui concerne les salles pour présentations multimédias et les salles de conférence, les systèmes de théâtre communautaire pour les immeubles d'habitation en copropriété, les immeubles d'habitation et les centres de villégiature, les aménagements de milieux de vente au détail, les environnements acoustiques pour les bureaux de direction, les restaurants, les bars sportifs et les boîtes de nuit.</p>	
<p>LONDON COLOUR DIGITAL IMAGING LMC596,467</p>	<p>Marchandises : Logiciels pour l'organisation, le tri, la sollicitation, l'extraction, la manipulation, la micro-édition et la retouche de photographies numériques et autres images graphiques, et pour la création d'économiseurs d'écran, de papier peint par ordinateur, de calendriers et d'albums virtuels; dispositifs de stockage numériques, notamment cartes de mémoire pour caméras numériques; disques vierges, disques compacts et bandes vidéo, disques de photofaçonnage numériques enregistrables; supports de stockage numériques contenant des images photographiques.</p> <p>Services : Enregistrement d'images photographiques sur un support informatique, magnétique ou optique standard; manipulation et restauration d'images apportées par les clients; impression d'images numériques sur des articles promotionnels; service de traitement d'images sur Internet, création d'épreuves photographiques à partir de fichiers d'images numériques.</p>	4 déc. 2003
<p>LONDON DRUGS PHOTO STATION LMC557,245</p>	<p>Marchandises : Disques vierges, disques compacts vierges à enregistrer et bandes vidéo vierges à enregistrer, disques numériques de développement et tirage photographiques à enregistrer.</p> <p>Services : Placement d'images photographiques sur ordinateur standard, supports magnétiques ou optiques; manipulation et restauration d'images fournies par des clients; placement d'images numériques sur des articles</p>	31 janv. 2002

	promotionnels; services de développement et tirage photographiques sur l'internet.	
LONDON COLOUR PHOTODISK LMC510,245	<p>Marchandises : Disques, disques compacts et bandes sonores [TRADUCTION], excluant les disques, disques compacts et le bandes sonores qui renferment des photographies, des photographies d'archives, des œuvres d'art, des illustrations et des conceptions graphiques.</p> <p>Services : Insertion de photographies fournies par les clients sur ordinateur standard, supports magnétiques ou optiques.</p>	29 mars 1999
PCC – THE PERSONAL COMPUTER CENTER OF LONDON DRUGS LMC300,796	<p>Marchandises : Ordinateurs et leurs périphériques, nommément moniteurs, imprimantes, dispositifs auxiliaires pour disques, unité d'entraînement de disques, claviers, câbles, tableaux d'extension, modems, générateurs graphiques d'entrée, et autres accessoires, nommément disquettes, contenants de rangement des disquettes, produits en papier, meubles, couvercles et rubans d'ordinateur, cassettes, guides de référence, tableaux de mémoire, patrons de claviers d'ordinateur et logiciels.</p> <p>Services : Réparation d'ordinateurs, services et programmes éducatifs en informatique, formation des clients dans l'exploitation des logiciels et des services de consultation aux acheteurs de logiciels.</p>	15 mars 1985
LONDON DRUGS 1 HOUR PHOTO FINISHING LMC662,529	<p>Marchandises : Pellicule photographique. Logiciels pour organiser, trier, récupérer, manipuler, éditer et retoucher des photographies numériques et autres images graphiques et créer des économiseurs d'écran, des fonds d'écran, des calendriers et des albums virtuels; dispositifs de stockage de données numériques, nommément cartes mémoire pour caméras numériques; disques, disques compacts et bandes vidéo vierges, disques enregistrables pour le traitement numérique; dispositifs de stockage de données numériques contenant des images photographiques.</p> <p>Services : Services de développement et de tirage photographiques. Enregistrement</p>	11 avril 2006

	d'images photographiques sur un support informatique, magnétique ou optique standard; manipulation et restauration d'images apportées par les clients; impression d'images numériques sur des articles promotionnels; service de traitement d'images sur Internet, création d'épreuves photographiques à partir de fichiers d'images numériques.	
COSMETICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC427,029	Services : Exploitation d'un magasin spécialisé dans la vente au détail de cosmétiques, produits de soins capillaires, produits pour les soins de la peau, produits de parfumerie et produits de toilette.	6 mai 1994
ELECTRONICS DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC427,335	Services : Exploitation d'un commerce spécialisé dans la vente au détail d'équipement radio et de matériel de reproduction du son, matériel de reproduction audio, matériel de reproduction vidéo, dispositifs et instruments électriques et électroniques, téléphones, horloges et accessoires audio et vidéo.	13 mai 1994
THE JEWELLERY DEPARTMENT OF LONDON DRUGS LMC300,628	Marchandises : Bijoux, montres, décorations et cadeaux, à savoir horloges, dinanderie, cristal, figurines, briquets, plumes, couverts, boutons de manchettes et bijoux à épingle. Services : Réparation de montres et de bijoux.	8 mars 1985
LONDON DRUGS JEWELLERY LMC300,627	Marchandises : Bijoux, montres, décorations et cadeaux, à savoir horloges, dinanderie, cristal, figurines, briquets, plumes, couverts, boutons de manchettes et bijoux à épingle. Services : Réparation de montres et de bijoux.	8 mars 1985
AUDIO-VIDEO SYSTEMS DEPARTMENT LONDON DRUGS LMC427,026	Services : Exploitation d'un commerce de détail spécialisé dans la vente, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation, l'équilibrage et le montage de système en rapport avec le matériel et les produits acoustiques, de projection, audio et vidéo.	6 mai 1994
	Marchandises : Débarbouillettes pour bébés; soie dentaire; shampooings; produits domestiques, notamment nettoie-vitres; nettoyeurs tout usage à vaporiser, produits cosmétiques, notamment tampons de ouate, crèmes pour la peau; produits de premiers soins, notamment bandages en plastique et rouleaux de ouate; bouillottes; produits d'hygiène	14 déc. 1984

LMC298,030	<p>personnelle, nommément serviettes et tampons sanitaires de tous genres; boissons non alcooliques gazéifiées.</p> <p>Services : Services de pharmacie et de magasin à rayons.</p>	
LONDON GOLD MINE	Marchandises : Bijoux	13 juil. 1990
LMC370,629	Services : Exploitation de magasin de bijoux de vente au détail.	
THE COMPUTER DEPARTMENT OF LONDON DRUGS	Marchandises : Ordinateurs, périphériques et logiciel.	15 juin 1984
LMC291,940	Services : Réparation d'ordinateurs, programmes de formation en informatique, formation de clients dans l'utilisation du logiciel informatique et services de consultation aux acheteurs de logiciel.	
LONDON DRUGS COMPUTERS	Marchandises : Ordinateurs, périphériques, à savoir moniteurs, imprimantes, appareils périphériques pour les disques, unités de disques, claviers, câbles, panneaux d'expansion, modems, programmes générateurs de données graphiques, logiciels.	8 mars 1985
LMC300,602	Services : Réparation d'ordinateurs, didacticiels, formation des clients sur l'utilisation des logiciels, services de consultation pour les acheteurs de logiciels.	
PC – THE PERSONAL COMPUTER CENTER OF LONDON DRUGS	Marchandises : Ordinateurs, périphériques, à savoir moniteurs, imprimantes, appareils périphériques pour les disques, claviers, câbles, panneaux d'expansion, modems, programmes générateurs de données graphiques et autres accessoires connexes, à savoir disquettes, unités de rangement pour disquettes, papeterie, ameublement pour ordinateurs, housses d'ordinateurs, rubans, cassettes, guides et manuels d'utilisation, panneaux mémoire, organigraphes et logiciels.	8 mars 1985
LMC300,604	Services : Réparation d'ordinateurs, didacticiels, formation des clients sur l'utilisation des logiciels, services de consultation pour les acheteurs de logiciels.	

LONDON
Premiere

LMC581,005

Marchandises : Petits appareils de cuisine, nommément ouvre-boîtes, cafetières automatiques, euro-bouilloire, étuveuses à aliments, mélangeurs à main, mini hachoirs, éclateurs de maïs, grille-pain; articles ménagers, nommément fers et fers à vapeur; appareils pour les cheveux, nommément brosses/fers à friser combinés, brosses à friser, fers à friser, sèche-cheveux, brosses à air chaud, mini sèche-cheveux pliant; accessoires de santé et de beauté, nommément appareils pour tailler la barbe et la moustache, ensembles de tondeuses à cheveux, tondeuses.

8 mai 2003

Annexe C

Annexe B de la décision de la Commission des oppositions des marques de commerce portant sur la demande visant l'enregistrement des services

Marque de commerce - N° d'enregistrement	Marchandises/Services	Date d'enregistrement
<p>LONDON DEPARTMENT STORES</p> <p>1,095,092</p>	<p><u>Marchandises</u> : Produits d'hygiène dentaire, nommément stimulateurs inter-dentaires, ruban dentaire, soie dentaire, pastilles au fluorure, brosses à dents pour adultes et enfants; trousse de voyage, nommément ensembles comprenant une brosse à dents et du dentifrice; suppléments vitaminiques et minéraux; comprimés anti-nausée. Crème pour le corps, nommément crème à la vitamine E. Produits pharmaceutiques, nommément digestif antiseptique intestinal et produits de traitement pour les troubles gastro-intestinaux. Produits d'hygiène orale, nommément rince-bouche, produit de rinçage antiseptique, nettoyeurs de dentiers, désodorisants et antiseptiques; vaporisateur pour l'haleine. Produits pour les soins des bébés, nommément poudre pour bébés, lotion pour bébés, débarbouillettes pour bébés, couches jetables, sacs jetables pour biberons, huile pour bébés, shampoing pour bébés; peroxyde d'hydrogène; alcool isopropylique à friction; pétrolatum; crèmes et lotions, nommément crème de collagène élastine, cold cream, beurre de cacao, crème d'aloès, crème pour les mains; produits pour l'entretien de l'automobile, nommément solution nettoyante et antigel pour pare-brise. Produits nettoyants pour la maison, nommément détergent à vaisselle liquide, détergent pour lave-vaisselle, nettoyant liquide pour cuvette de cabinets, nettoyant liquide à fenêtres, nettoyant liquide tout usage, nettoyant liquide désinfectant, nettoyant tout usage en aérosol, débouche-drain. Thermomètres; bouillottes; bandages élastiques en tissu; bandages en plastique; gants de caoutchouc; tampons de démaquillage; tampons de coton pour le visage; onguent topique antibiotique; sirop contre la</p>	<p>6 mars 2001</p>

toux; comprimés d'acétaminophène entérosolubles pour utilisation dans le traitement des douleurs légères à modérées; comprimés d'acide acétylsalicylique pour utilisation dans le traitement des douleurs légères à modérées; cotons-tiges; boules de coton hydrophile; huile à moteur; produits ménagers, notamment sacs à sandwich en plastique, pellicules d'emballage en plastique pour aliments, sacs à ordures à cordonnet en plastique, sacs à ordures en plastique pour usage domestique, sacs à ordures en plastique pour le jardinage, papier d'aluminium; assainisseurs d'air; fournitures scolaires et articles de papeterie, notamment ensembles de mathématique, crayons, règles, ruban. Laxatifs; écran solaire en lotion, gel pour soulager les coups de soleil; lotion d'autobronzage; produits d'hygiène féminine, notamment protège-culottes, serviettes hygiéniques; déodorants pour hommes et femmes; cintres; chiffons de cuisine réutilisables; ammonium de maison; produits nettoyants pour la lessive, notamment assouplisseur de tissus, agent de blanchiment, détachant. Bandages absorbants en rouleaux; antiacide liquide; suppositoires à la glycérine pour le traitement de la constipation; comprimés d'acétaminophène pour enfants pour le traitement des douleurs légères à modérées et la diminution de la fièvre, comprimés d'acétaminophène pour adultes pour le traitement des douleurs légères à modérées et la diminution de la fièvre; remèdes contre le rhume, notamment liquides décongestionnants au citron à prendre chauds, capsules contre le rhume, gouttes nasales, décongestionnants nasaux; huile minérale; antihistaminiques; édulcorants artificiels; papiers mouchoirs; papier hygiénique. Péترولatum; produits pour le soin des cheveux, notamment shampoings et conditionneurs; produits d'hygiène personnelle, notamment préparations pour la peau et le bain; brosses de toilette en plastique et en bois; éponges de bain en luffa, gants de bain en luffa, brosses de toilette en luffa, tampons pour le corps et le visage en luffa; éponges de mer pour

le bain; savon liquide; huile pour le bain; cartouches de lames de rasoir; rasoirs jetables; blaireaux; ustensiles et accessoires pour cosmétiques, notamment brosses d'ombre à paupières à extrémité en éponge, éponges pour cosmétiques et tampons d'ouate pour le visage; houppettes; pincettes, recourbe-cils, recourbe-cils de rechange, taille-crayons de maquillage; éponges de maquillage; miroirs; pinceaux de maquillage; produits pour le soin des ongles, notamment dissolvant de vernis à ongles, ciseaux à cuticules, ciseaux à ongles, coupe-ongles, coupe-ongles d'orteil, pinces à cuticules, pinces à ongles, limes à ongles, limes d'émeri, crayons à ongles, repousse-cuticules, coupe-cuticules, bâtonnets à manucure, pinceaux à manucure; matériel de soins personnels, notamment ciseaux de barbier, ciseaux à amincir, ciseaux à moustache; pierres ponce, éponges ponce, enlève-cors, lames pour enlève-cors; marqueurs de bingo; outils de jardinage, notamment fourches, râteliers, truelles et houes; sacs-repas; articles de bureau, notamment enveloppes, papier, blocs pour écrire, vidéocassettes vierges; pellicule photographique. Appareils pour les cheveux, notamment brosses/fers à friser combinés, brosses à friser, fers à friser, sèche-cheveux, brosses à air chaud, mini sèche-cheveux pliant; accessoires de santé et de beauté, notamment appareils pour tailler la barbe et la moustache, ensembles de tondeuses à cheveux, tondeuses. Litière agglutinante pour chats; tests de grossesse; dépoussiéreurs en aérosol pour équipement électronique; tabourets-escabeaux. Ordinateurs; accessoires et périphériques pour ordinateurs et équipement de transmission électronique, notamment cartes, cassettes vierges, disques vierges, disquettes vierges, classeurs pour disquettes, paquets de disquettes, classeurs, classeurs pour disques fixes, disquettes, crayons optiques, ruban de papier, imprimantes, systèmes d'affichage, lecteurs de cartes, perforateurs de cartes, perforateurs de bandes, trieuses de documents; produits de papier pour imprimante, notamment papier

d'imprimante; étiquettes; formulaires imprimés; enveloppes pour poster des disquettes; coffret d'entreposage de disquettes pour ordinateur; accessoires d'imprimante, notamment cartouches de toner, rubans d'imprimante; accessoires d'ordinateurs, notamment tapis de souris; souris; câbles; modems; adaptateurs. Montures de lunettes, lentilles cornéennes et lentilles optiques vendues dans les pharmacies du requérant; accessoires d'optique, notamment lunettes et étuis de lentilles cornéennes, solutions pour lentilles cornéennes, chaînettes et cordelettes pour lunettes, bandeaux de lunettes pour sportifs, nécessaires de réparation, coussinets de pont, coussinets de branches, nettoyeurs pour lunettes, loupes; nettoyeur de lentilles et piles pour prothèses auditives. Petits appareils de cuisine, notamment cafetières automatiques, eurobouilloires, cuiseurs à vapeur, malaxeurs à main, mini-hachoirs, éclateurs de maïs, grille-pain, mélangeurs, mélangeurs d'aliments électriques, robots culinaires, robots culinaires électriques, moulins à café électriques, ouvre-boîtes électriques, couteaux électriques; articles de table, notamment assiettes, bols, tasses, soucoupes, assiettes à salade, assiettes à servir et bols de service; batterie de cuisine, notamment marmites, casseroles, poêles à frire, rôtissoires; accessoires de cuisine, notamment passoires, tasses à mesurer, planches à découper, poignées de batterie de cuisine, gants de cuisine, napperons, linges à vaisselle, torchons à vaisselle, tabliers, housses de planche à repasser; gadgets de cuisine, notamment râpes, pinces, peleuses, trancheuses, vide-pommes; verrerie, notamment chopes, théières, verres, saladiers; ustensiles de table, notamment coutellerie en acier inoxydable, pichets, assiettes, ensembles de pots à crème et sucriers, ensembles de salière et poivrière; ustensiles pour la cuisson, notamment cocottes, plaques à biscuits, moules à pain, moules à muffins, assiettes à tarte. Articles ménagers, notamment fers à repasser et fers à vapeur. Logiciels pour l'organisation, le tri, la

sollicitation, l'extraction, la manipulation, la micro-édition et la retouche de photographies numériques et autres images graphiques, et pour la création d'économiseurs d'écran, de papier peint par ordinateur, de calendriers et d'albums virtuels. Publications imprimées, notamment magazines et bulletins spécialisés sur les soins de santé; manuels sur le développement et les soins des fœtus, des nouveaux-nés et des bébés; manuels sur le rôle parental.


Services : Exploitation d'un magasin de marchandises diverses et de vente au détail; exploitation d'une pharmacie; exploitation d'un point de vente au détail spécialisé dans le développement et le tirage photographique, l'équipement photographique, les caméras, les accessoires et les services de magasin d'appareils photographiques. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente de cosmétiques, de produits pour le soin des cheveux, de produits pour le soin de la peau, de produits de parfumerie et de préparations de toilette. Exploitation d'un point de vente au détail spécialisé dans la vente de montres et de bijoux et dans la réparation de montres et de bijoux. Exploitation d'un magasin de détail spécialisé dans la vente d'équipement radio et de reproduction du son, d'équipement de reproduction audio; d'équipement de reproduction vidéo, de dispositifs et d'instruments électriques et électroniques, de téléphones, d'horloges, d'accessoires audio et vidéo. Exploitation de points de vente au détail et en gros spécialisés dans la vente de logiciels, de matériel informatique et d'accessoires d'ordinateur; réparation d'ordinateurs, intégration de systèmes informatiques, réseautique et programmation informatique; services éducatifs, notamment tenue de classes, de séminaires et d'ateliers en informatique. Exploitation d'un commerce de détail spécialisé dans la vente, la distribution, l'installation, la livraison, la réparation et l'équilibrage de systèmes et le montage de produits et de matériel sonore, de projection, audio et audio-

	vidéo. Diffusion d'information en matière de santé sur l'Internet. Services de publicité et de promotion, notamment promotion des biens et services de tiers au moyen de promotions internes, de dépliants publicitaires, et par le placement de publicités sur des sites électroniques accessibles au moyen de réseaux informatiques et le placement d'affichages promotionnels sur des sites électroniques; fourniture de produits de soins pour bébés et de coupons remboursables.	
LONDON PREMIERE 1,247,283	<u>Marchandises</u> : Appicateurs pour cosmétiques, notamment cotons-tiges, tampons d'ouate, pinceaux; accessoires de beauté, notamment recourbe-cils, pincettes; articles de toilette pour hommes, notamment nettoyeurs pour le visage et le corps, rasoirs électriques et leurs accessoires; accessoires pour cheveux, notamment brosses, peignes, barrettes, épingles à cheveux, fermoirs, ornements de cheveux, bigoudis; accessoires pour articles chaussants, notamment semelles, semelles thermiques, talonnettes, tampons cousinés; matériaux de soins podologiques, notamment tampons pour cors, tampons pour cals, tampons pour oignons; grille-pain, grille-pain fours, plaques à frire, poêlons, moulins à café, cafetières automatiques, bouilloires électriques; petits appareils de cuisine, notamment mélangeurs et mélangeurs à main, robots culinaires électriques, ouvre-boîtes, fers à repasser et fers à repasser à vapeur, fontaines.	15 fév. 2005

Annexe B de la décision de la Commission des oppositions des marques de commerce portant sur la demande visant l'enregistrement des marchandises

Marque de commerce - N° d'enregistrement	Marchandises/Services	Date d'enregistrement
LONDON PREMIERE 1,247,283	<u>Marchandises</u> : Appicateurs pour cosmétiques, notamment cotons-tiges, tampons d'ouate, pinceaux; accessoires de beauté, notamment recourbe-cils, pincettes; articles de toilette pour	15 fév. 2005

	<p>hommes, nommément nettoyeurs pour le visage et le corps, rasoirs électriques et leurs accessoires; accessoires pour cheveux, nommément brosses, peignes, barrettes, épingles à cheveux, fermoirs, ornements de cheveux, bigoudis; accessoires pour articles chaussants, nommément semelles, semelles thermiques, talonnettes, tampons cousinés; matériaux de soins podologiques, nommément tampons pour cors, tampons pour cals, tampons pour oignons; grille-pain, grille-pain fous, plaques à frire, poêlons, moulins à café, cafetières automatiques, bouilloires électriques; petits appareils de cuisine, nommément mélangeurs et mélangeurs à main, robots culinaires électriques, ouvre-boîtes, fers à repasser et fers à repasser à vapeur, fontaines.</p>	
<p>LONDON GOURMET 1,204,476</p>	<p><u>Marchandises</u> (ainsi qu'il est précisé dans la déclaration d'opposition, il ne reste que les termes en italique dans l'état déclaratif à la date à laquelle je rends ma décision) : <i>Batteries de cuisine, nommément ustensiles de cuisson en boîte, ustensiles de cuisson à l'unité, poêlons</i>; articles de table, nommément articles de table à l'unité, articles de table en boîte; linge de cuisine; bouilloires pour cuisinière; articles de cuisson au four; bols à mélanger; plats de service; verrerie; services à boire; gadgets de cuisine, nommément ouvre-boîtes, ouvre-bouteilles de vin et tire-bouchons, accessoires pour le vin, nommément verres à vin, porte-bouteilles de vin, bagues d'arrêt d'écoulement, bouchons hermétiques pour bouteilles, ornements pour pied de verre sous la forme d'un anneau métallique muni d'un dispositif miniature permettant d'identifier l'utilisateur d'un verre à vin, bouchons de liège, coupe-capsules pour bouteilles de vin, carafes, verseuses, glacières pour vin, sous-verres, cuillères à mesurer, tasses à mesurer, presse-ail, éplucheurs à pommes de terre, couteaux à légumes, ciseaux, râpes à fromage, cuillères à crème glacée, roulettes à pizza, moulins à poivre, balances de régime, grattoirs, poires à jus, fouets, couteaux à zester les agrumes, pilons à pommes de terre; coutellerie; articles de cuisine, nommément porte-serviettes de papier, porte-serviettes, bols à fruits, porte-fiches de recette; couteaux, louches, spatules (en métal/caoutchouc), pinces, cuillères à rainures, cuillères à servir, fourchettes à servir, soulève-</p>	<p>28 janv. 2004</p>

	gâteaux, fourchettes pour pâtes alimentaires, contenants à épices, étagères à épices, sous-plats, articles pour décorer les gâteaux, moules à biscuits, repose-cuillères.	
 <p>1,204, 845</p>	<p><u>Marchandises</u> (ainsi qu'il est précisé dans la déclaration d'opposition, il ne reste que les termes en italique dans l'état déclaratif à la date à laquelle je rends ma décision) : <i>Batteries de cuisine, nommément ustensiles de cuisson en boîte, ustensiles de cuisson à l'unité, poêlons</i>; articles de table, nommément articles de table à l'unité, articles de table en boîte; linge de cuisine; bouilloires pour cuisinière; articles de cuisson au four; bols à mélanger; plats de service; verrerie; services à boire; gadgets de cuisine, nommément ouvre-boîtes, ouvre-bouteilles de vin et tire-bouchons, accessoires pour le vin, nommément verres à vin, porte-bouteilles de vin, bagues d'arrêt d'écoulement, bouchons hermétiques pour bouteilles, ornements pour pied de verre sous la forme d'un anneau métallique muni d'un dispositif miniature permettant d'identifier l'utilisateur d'un verre à vin, bouchons de liège, coupe-capsules pour bouteilles de vin, carafes, verseuses, glacières pour vin, sous-verres, cuillères à mesurer, tasses à mesurer, presse-ail, éplucheurs à pommes de terre, couteaux à légumes, ciseaux, râpes à fromage, cuillères à crème glacée, roulettes à pizza, moulins à poivre, balances de régime, grattoirs, poires à jus, fouets, couteaux à zester les agrumes, pilons à pommes de terre; coutellerie; articles de cuisine, nommément porte-serviettes de papier, porte-serviettes, bols à fruits, porte-fiches de recette; couteaux, louches, spatules (en métal/caoutchouc), pinces, cuillères à rainures, cuillères à servir, fourchettes à servir, soulève-gâteaux, fourchettes pour pâtes alimentaires, contenants à épices, étagères à épices, sous-plats, articles pour décorer les gâteaux, moules à biscuits, repose-cuillères.</p>	2 fév. 2004

COUR FÉDÉRALE

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER

DOSSIERS : T-1664-11 ET T-1665-11

INTITULÉ : LONDON DRUGS LIMITED c INTERNATIONAL
CLOTHIERS INC.

LIEU DE L'AUDIENCE : Vancouver (Colombie-Britannique)

DATE DE L'AUDIENCE : Le 30 septembre 2013

MOTIFS DU JUGEMENT

ET JUGEMENT : LE JUGE DE

MONTIGNY

DATE DES MOTIFS Le 6 mars 2014

COMPARUTIONS :

Christopher Wilson POUR LA DEMANDERESSE
Kwan Loh

Mark Evans POUR LA DÉFENDERESSE

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER :

Bull, Housser & Tupper POUR LA DEMANDERESSE
LLP
Vancouver (Colombie-Britannique)

Smart & Biggar POUR LA DÉFENDERESSE
Avocats
Toronto (Ontario)