



Blakes

Concurrence

Études de marché :
Trousse
d'information

Décembre 2023

Blakes s'impose

À propos de Blakes

Blake, Cassels & Graydon S.E.N.C.R.L./s.r.l. (Blakes), cabinet d'avocats par excellence en droit des affaires au Canada, offre des services juridiques exceptionnels à des entreprises qui comptent parmi les chefs de file au pays et de par le monde. Nous nous employons à tisser des liens durables avec nos clients. Pour ce faire, nous veillons à assurer un service à la clientèle hors pair et à donner des conseils juridiques de la plus haute qualité qui soit, toujours à la lumière de la conjoncture commerciale.

Table des matières

01	Introduction	01
-----------	--------------	----

02	Survol des études de marché	02
-----------	-----------------------------	----

03	Études de marché : questions fréquentes	03
-----------	---	----

04	Ce qu'il faut faire lorsque le Bureau entreprind une étude de marché	05
-----------	---	----

05	Conclusion	07
-----------	------------	----

06	Personnes-ressources	10
-----------	----------------------	----



Introduction

En date du 15 décembre 2023, le Bureau de la concurrence du Canada (le « Bureau ») détient de vastes pouvoirs lui permettant de mener des enquêtes auprès de secteurs dans leur ensemble ou de participants du marché en particulier (tels que votre entreprise), de collecter des documents et des données, d'effectuer des entrevues avec des cadres et des employés et, seul ou en collaboration avec des procureurs fédéraux, d'intenter des procédures judiciaires publiques et coûteuses, fondées sur l'information qu'il obtient.

Non seulement les organisations concernées par une étude de marché doivent-elles porter le fardeau de se conformer à cette dernière, mais elles doivent aussi composer avec les conclusions d'une telle étude, lesquelles peuvent avoir une incidence considérable sur leur réputation. Les conclusions d'une étude de marché peuvent également donner lieu à la modification de politiques gouvernementales, ce qui peut entraîner d'importantes répercussions sur votre entreprise. Par ailleurs, les renseignements obtenus dans le cadre d'une étude de marché peuvent mener à d'autres enquêtes ou procédures judiciaires réalisées par le Bureau. Ces mesures peuvent être intentées en vertu des dispositions civiles de la *Loi sur la concurrence* du Canada, notamment en ce qui concerne

l'abus de position dominante et la publicité trompeuse, ainsi qu'en vertu de ses dispositions criminelles, notamment en ce qui concerne la fixation des prix, la restriction de la production, l'attribution de marchés et le truquage d'offres.

La présente trousse se fonde sur la vaste expérience que nous avons acquise auprès de nombreux clients dans le cadre d'études de marché et d'enquêtes du Bureau dans divers secteurs, notamment ceux de l'épicerie, de la bière, des technologies financières et des télécommunications. Elle fournit des renseignements contextuels essentiels et propose des conseils pratiques sur ce qu'il faut faire si une étude de marché est lancée dans votre secteur.

Survol des études de marché

Les pouvoirs que possède le Bureau pour mener des études de marché ne sont pas nouveaux. Dans le passé, le Bureau a mené des études auprès de divers secteurs, notamment ceux de l'épicerie de détail, des services à large bande et des services de santé numériques. Toutefois, ces études diffèrent à deux égards importants de celles qui auront lieu désormais aux termes des pouvoirs qui ont été octroyés récemment au Bureau. Premièrement, les études antérieures se fondaient sur la conformité volontaire des participants du marché plutôt que sur l'obligation de ces derniers de produire les renseignements demandés. Deuxièmement, elles étaient lancées par le commissaire de la concurrence (le « commissaire »), le ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique (le « ministre ») ne pouvant ordonner qu'une étude de marché soit menée. Le Bureau continuera comme avant de publier les résultats d'une étude lorsque celle-ci aura été conclue. Il publiera également un aperçu du secteur concerné, une description de l'ensemble des lois, des politiques ou des règlements qui sont pertinents et qui régissent ce secteur, les méthodes de recherche utilisées, une évaluation de tout problème relatif à la concurrence qui a été relevé ainsi qu'une liste de recommandations à l'intention des décideurs de politiques.

Jusqu'à présent, les études de marché ont généralement été lancées par le commissaire en réponse à des préoccupations relatives à la concurrence soulevées à l'occasion au sein d'un secteur. Une étude de marché pourra désormais être lancée sur instruction du ministre, à la suite d'une consultation avec le commissaire ou, inversement, sur instruction du commissaire, à la suite d'une consultation avec le ministre. Enfin, le délai fixé d'une étude de marché ne pourra excéder 18 mois que si le ministre le prolonge.

Le Bureau a dû s'en remettre jusqu'à maintenant à la participation volontaire des participants du marché pour obtenir des réponses à ses demandes d'information dans le cadre de ses études de marché. Grâce à ses nouveaux pouvoirs, le Bureau pourra désormais obliger des participants du marché à produire des renseignements aux termes d'une ordonnance émise par un tribunal en vertu de l'article 11 de la *Loi sur la concurrence*. Comme il est décrit plus loin aux présentes, il s'agit de la même manière par laquelle le Bureau oblige des entreprises à produire des renseignements dans le cadre d'enquêtes visant des infractions à la *Loi sur la concurrence*.

Bien que les pouvoirs de contraindre la production d'information dans le cadre d'études de marché soient nouveaux au Canada, ils existent dans bon nombre d'autres pays à l'échelle mondiale. Par exemple, la Competition and Markets Authority (« CMA ») du Royaume-Uni a réalisé récemment une étude de marché sur l'essence, dans le cadre de laquelle des raffineries, des grossistes et des détaillants ont été tenus de produire de l'information au sujet des prix, des composantes de coûts, des marges d'exploitation, des cibles financières et des réactions de la part de la concurrence, et ce, sur diverses périodes et dans plusieurs régions. Par suite des conclusions tirées de cette étude, la CMA a proposé deux modifications de politiques relativement à la transparence de l'établissement des prix et à la surveillance continue du secteur. Aux États Unis, la Federal Trade Commission a également mené des études de marché similaires en obligeant des sociétés pharmaceutiques à produire de l'information portant sur des brevets de médicaments génériques sur une période de plus de dix ans.

Études de marché : questions fréquentes

Comment une étude de marché est-elle entamée?

Une étude de marché peut être lancée à tout moment par le ministre, à la suite d'une consultation avec le commissaire, ou, inversement, par le commissaire, à la suite d'une consultation avec le ministre. Ces études peuvent être motivées par divers facteurs, y compris des plaintes, des perceptions selon lesquelles il y aurait concentration du marché, la surveillance des médias et des exigences politiques.

Quels sont les outils dont dispose le Bureau pour effectuer une étude de marché?

Le Bureau dispose de mécanismes volontaires et obligatoires pour mener des études de marché. Il peut simplement demander à des parties de produire, sur une base volontaire, certains renseignements ou documents. Toutefois, à l'avenir, il y a lieu de s'attendre à ce que le Bureau demande aux tribunaux d'émettre des ordonnances enjoignant aux personnes visées de produire des documents, des données ou des réponses écrites à des questions et, possiblement, de comparaître de sorte qu'elles soient interrogées sous serment. Une société visée par une ordonnance de production doit habituellement entreprendre un processus pour collecter, examiner et produire des documents dans un délai déterminé, soit généralement une période de trois mois selon ce qui a été constaté pour des ordonnances de production émises dans des contextes autres que celui des études de marché dans le passé.

Quelle est la durée d'une étude de marché?

Le délai d'une étude de marché se limite à une période de 18 mois entre la publication du mandat final et la publication du rapport qui présente les constats du commissaire. Le ministre peut toutefois prolonger ce délai de périodes d'au plus trois mois. Cela dit, il n'existe aucune limite quant au nombre de prolongements que le ministre peut accorder au délai d'une étude.

Quels sont les éléments d'une étude de marché qui seront accessibles au public?

Comme il est indiqué précédemment, le ministre doit approuver le projet de mandat pour une étude de marché proposée. Le projet de mandat soumis au ministre doit être publié pendant une période d'au moins 15 jours et le public doit être invité à soumettre des observations à l'égard du projet. De plus, une fois approuvé par le ministre, le mandat final doit également être publié.

À la suite de la conclusion d'une étude de marché, le commissaire doit publier, sur un site Web accessible au public, un rapport présentant ses constats. Avant la publication de ce rapport final, le commissaire doit transmettre une version provisoire partielle ou complète de son rapport à chaque personne qui avait été obligée de fournir de l'information dans le cadre de l'étude de marché. Chaque participant aura trois jours ouvrables pour communiquer au commissaire toute préoccupation quant à des inexactitudes ou encore à des renseignements confidentiels qui ne devraient pas être divulgués dans le rapport final.

Outre ces exigences prévues par la loi, le commissaire prendra vraisemblablement d'autres mesures pour faire connaître une étude de marché, notamment la publication de communiqués annonçant le début et la conclusion de l'étude, ainsi des appels invitant le public à participer à l'étude.

Comment une étude de marché peut-elle toucher votre entreprise?

Comme c'est le cas pour les enquêtes menées par le Bureau, les entreprises assujetties à des obligations de participation à une étude de marché pourraient devoir consacrer des ressources considérables à l'examen, au traitement et à la production de volumes importants de documents, de données et d'autres types d'information.

Non seulement les organisations concernées par une étude de marché doivent-elles porter le fardeau de se conformer à cette dernière, mais elles doivent aussi composer avec les conclusions d'une telle étude, lesquelles peuvent avoir une incidence considérable sur leur réputation. Les conclusions d'une étude de marché peuvent également donner lieu à la modification de politiques gouvernementales, ce qui peut

entraîner d'importantes répercussions sur votre entreprise. Par ailleurs, les renseignements obtenus dans le cadre d'une étude de marché peuvent mener à d'autres enquêtes ou procédures judiciaires réalisées par le Bureau. Ces mesures peuvent être intentées en vertu des dispositions civiles de la *Loi sur la concurrence* du Canada, notamment en ce qui concerne l'abus de position dominante et la publicité trompeuse, ainsi qu'en vertu de ses dispositions criminelles, notamment en ce qui concerne la fixation des prix, la restriction de la production, l'attribution de marchés et le truquage d'offres.

Une étude de marché peut-elle donner lieu à des amendes ou à des peines de prison?

Le Bureau ne peut demander qu'une amende, une peine de prison ou toute autre pénalité soit imposée en vertu des dispositions en matière d'études de marché de la *Loi sur la concurrence*.

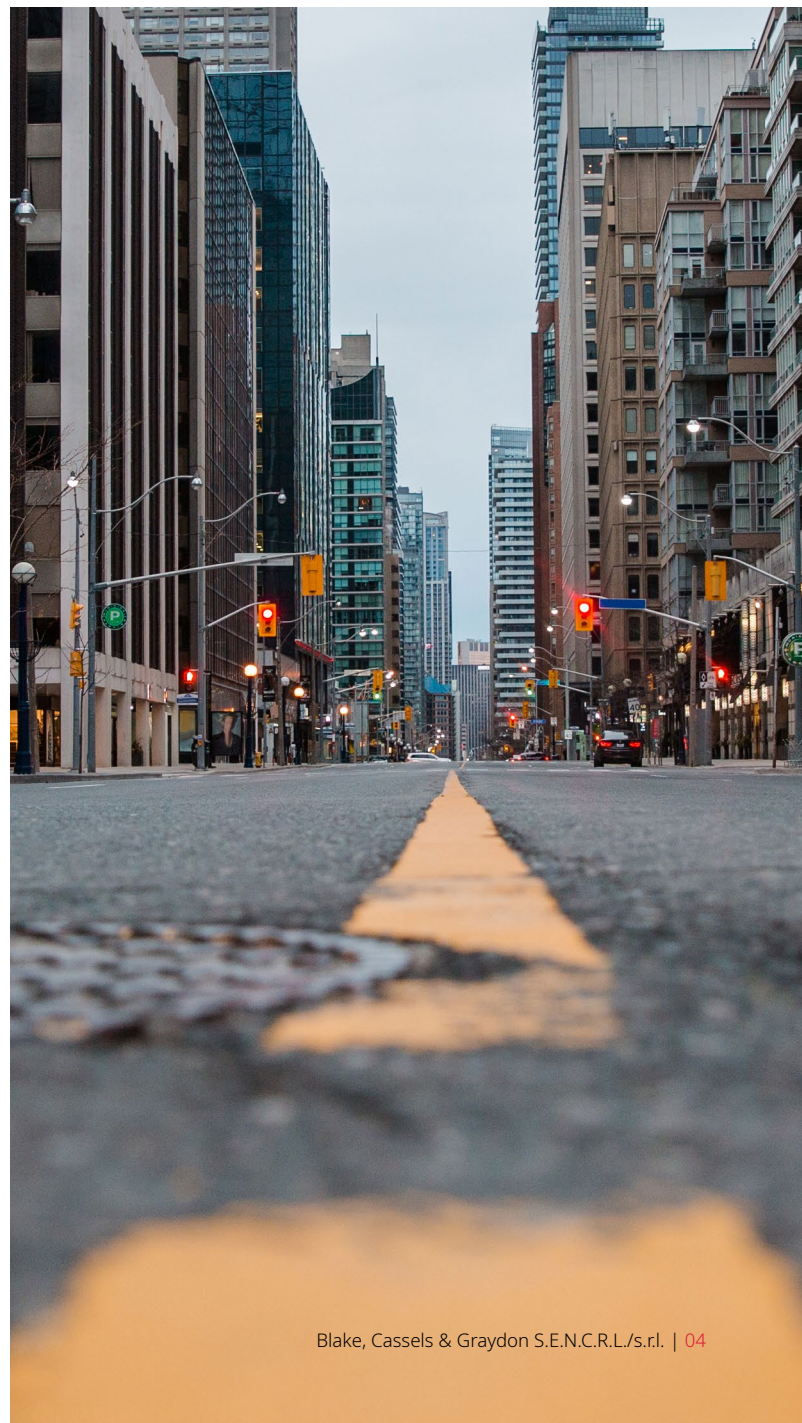
Cependant, l'information collectée par le Bureau dans le cadre de la réalisation d'une étude de marché peut donner lieu à des enquêtes ou à des poursuites pour violation de la *Loi sur la concurrence*. Par exemple, des amendes, établies à la discrétion du tribunal, peuvent être imposées pour des activités criminelles de cartel ou des stratagèmes de truquage d'offres. Habituellement, des actions civiles suivent des condamnations au criminel. D'importantes sanctions administratives pécuniaires et, dans le cas des pratiques commerciales trompeuses, une restitution peuvent être imposées pour la violation de plusieurs dispositions civiles de la *Loi sur la concurrence* (notamment les dispositions relatives à l'abus de position dominante).

Comment Blakes peut-il vous aider?

Dès le moment auquel le Bureau communique avec vous pour obtenir de l'information dans le cadre d'une étude de marché ou dès la publication du mandat d'une telle étude, Blakes est en mesure de vous aider, y compris avec la préparation et la soumission volontaires de réponses aux demandes d'information dans le cadre d'une étude de marché. Nous sommes aussi en mesure de vous aider à préparer votre réponse, quelle que soit sa forme, à toute ordonnance vous contraignant à produire des renseignements ou des documents ou à témoigner.

Si des questions de conformité en matière de concurrence sont soulevées, nous sommes en mesure de mener une enquête interne au sein de votre organisation afin d'évaluer l'exposition potentielle de cette dernière. Nous pouvons

également vous aider à élaborer une stratégie pour défendre les intérêts de votre organisation à la lumière des résultats d'une étude de marché et contre toute mesure d'application de la *Loi sur la concurrence* qui pourrait en découler. Nous pouvons aussi vous soutenir au chapitre de vos relations avec le gouvernement et des relations publiques, au besoin. Nous sommes en mesure de travailler avec vous pour élaborer ou mettre à jour vos programmes de conformité et de formation, notamment en effectuant des simulations et en formant les employés et les hauts dirigeants de votre organisation. Nous pouvons également vous aider à effectuer un audit pour cerner les risques possibles liés au droit de la concurrence et vous recommander des mesures pour combler les lacunes en matière de conformité.



Ce qu'il faut faire lorsque le Bureau entreprend une étude de marché

Vous trouverez ci-après des éléments à prendre en considération et des outils qui aideront les organisations à composer avec divers aspects d'une éventuelle étude de marché entreprise par le Bureau, y compris les sociétés visées par une ordonnance relative à la production de documents ou à la comparution aux fins d'un interrogatoire.

Exemple d'avis de préservation

L'exemple d'avis de préservation ci-après donne des directives au personnel à l'effet de conserver tout document pertinent en réponse à une étude de marché entreprise par le Bureau et/ou à une enquête interne devant être menée, par exemple, dans le cadre d'une telle étude éventuelle.

[Nom de l'employé(e)],

Bonjour,

La présente communication concerne une [étude de marché en cours] entreprise par le Bureau de la concurrence du Canada sous la supervision du service juridique et a pour but de décrire : (i) les étapes auxquelles votre participation pourrait être requise; et (ii) ce à quoi vous pouvez vous attendre au fur et à mesure du déroulement de ce processus.

L'étude en cours porte sur ce qui suit : a); b); c) (l'« objet de l'étude »).

Vous devez conserver tout document en votre possession ayant trait à l'objet de l'étude, à savoir la correspondance, les courriels, les ébauches, les fichiers, les contrats, les dossiers et les calendriers, ainsi que les messages vocaux et tout autre document écrit ou électronique (les « documents »).

Jusqu'à nouvel ordre du service juridique, vous ne devez détruire, supprimer ou modifier aucun document. Tous les documents feront l'objet d'une surveillance jusqu'à la levée du présent avis.

Des représentants du service juridique communiqueront avec vous sous peu pour faire le point sur les mesures à prendre en vue de conserver et de collecter les documents, ainsi que pour planifier des entrevues, au besoin. Veuillez coopérer pleinement avec [•].

N'hésitez pas à communiquer avec moi si vous avez des questions au sujet du présent avis.

Création de documents : éléments à prendre en considération

Dans le cadre de son processus d'étude de marché, le Bureau a le pouvoir d'obtenir et d'examiner tous les documents et toutes les données (y compris les courriels, les notes manuscrites, les chiffres et les présentations) qui sont pertinents à son étude. Par conséquent, les organisations devraient porter une attention particulière à la création des documents, car, hors contexte, ces derniers peuvent être mal compris ou mal interprétés.

Les organisations devraient généralement éviter d'utiliser des termes qui signalent une position dominante dans un marché ou des occasions visant à empêcher des concurrents à accéder à un marché, ou qui laissent entendre qu'il n'existe qu'un nombre limité de concurrents pour un produit ou un service donné. Les organisations sont également encouragées à décrire avec exactitude la nature concurrentielle de leur secteur, les avantages continus et en cours d'amélioration qu'elles offrent aux consommateurs, ainsi que la façon dont elles prévoient être plus concurrentielles. Elles devraient également s'assurer que tout document analysant des concurrents ou portant sur ces derniers définisse également le contexte approprié afin de réduire le risque d'une mauvaise interprétation.

Il peut souvent être utile que des conseillers juridiques passent en revue les documents relatifs à la planification stratégique (p. ex. les ventes ou le marketing) et aux opérations concernant la haute direction avant qu'ils soient finalisés.

Protection du secret professionnel

La protection du secret professionnel est un élément essentiel à prendre en considération, quelles que soient les circonstances. Le secret professionnel, lorsqu'il est utilisé efficacement, peut assurer la confidentialité des résultats d'une enquête interne ou d'une analyse de marché, ce qui empêcherait une entité externe (p. ex. le Bureau) de pouvoir accéder à cette information. Habituellement, le secret professionnel s'applique au produit du travail d'un conseiller juridique (p. ex. les rapports d'enquête interne), pourvu que ce conseiller juridique mène une enquête aux fins de la prestation de conseils juridiques ou encore aux fins principales d'un litige envisagé. Toutefois, ce ne sont pas tous les documents préexistants qui sont protégés par le secret professionnel. Seul le produit du travail effectué sous la direction d'un conseiller juridique l'est. Les documents créés par un conseiller juridique ou pour le compte de ce dernier doivent être datés et porter la mention « Privé et confidentiel » sur chaque page.

La renonciation par inadvertance au secret professionnel, notamment par la communication des conclusions d'une enquête interne ou de conseils juridiques à des tiers, constitue un risque important. À titre d'exemple, les cabinets d'experts-comptables peuvent apporter une valeur considérable aux enquêtes internes ou à l'analyse d'opérations, mais ils ne bénéficient pas de la protection du secret professionnel. Par conséquent, il convient de s'assurer, dès le début d'une enquête, que les enquêtes internes sont dirigées par des conseillers juridiques et que les communications visant un cabinet d'experts-comptables ou tout autre fournisseur de services (p. ex., un fournisseur de services de gestion de la preuve électronique) n'entraînent pas une renonciation au secret professionnel. De plus, les organisations doivent faire preuve de grande prudence à l'égard des supports sur lesquels sont conservés les documents, ainsi qu'à la façon dont de tels renseignements sont distribués. Divers mécanismes (p. ex. une convention relative à un privilège d'intérêt commun) peuvent également être utilisés pour gérer les échanges d'information avec des tiers ayant des intérêts communs.

S'il est vrai que, dans certaines situations (p. ex. en cas de déclaration volontaire), les organisations peuvent choisir de renoncer au secret professionnel à la fin d'une étude de marché, elles auraient intérêt à protéger d'emblée le secret professionnel plutôt que de perdre cette option en y renonçant par inadvertance ou en ne prévoyant pas de protections adéquates dès le départ.



Liste de vérification : ordonnance de production de documents/de comparution

La liste de vérification ci-après présente les mesures à prendre à la suite de la réception d'une ordonnance de production ou de comparution du Bureau.

À la réception d'un projet d'ordonnance

- Passer en revue le projet d'ordonnance pour connaître la portée de l'information demandée;
- Élaborer un plan d'intervention et distribuer un avis de préservation initial aux membres clés du personnel;
- Fixer un rendez-vous téléphonique avec le Bureau avant l'émission de l'ordonnance afin de soulever toute question pertinente relativement à la portée de l'information demandée, au calendrier proposé et au fardeau imposé par l'étude;
- Obtenir des renseignements additionnels au sujet de l'étude de marché;
- Faire part au Bureau, par écrit, des modifications devant être apportées au projet d'ordonnance, accompagnées d'explications justifiant ces modifications (afin qu'elles soient incluses dans le dossier de la cour);
- Passer en revue les registres du tribunal pour connaître la date et l'heure de l'audience.

Une fois l'ordonnance émise

- Obtenir auprès du tribunal une copie du dossier de requête, y compris l'affidavit à l'appui de l'ordonnance;
- Finaliser un plan d'intervention en matière de relations publiques dans les plus brefs délais, à déployer dès que l'ordonnance devient publique;
- Diffuser une version mise à jour de l'avis de préservation aux membres clés du personnel.

Collecte de documents

- Envisager le recours à un fournisseur de services de gestion de la preuve électronique pour la collecte et le traitement des documents;
- Identifier et interroger les personnes pouvant avoir en leur possession ou sous leur contrôle des documents pertinents;
- Créer un plan de collecte et d'examen de documents;
- Créer un registre de renseignements protégés par le secret professionnel;
- Envisager d'interroger de nouveau les personnes ayant

en leur possession ou sous leur contrôle des documents pertinents qui ont été identifiés comme essentiels dans le cadre du processus d'examen;

- Envisager de soumettre une présentation écrite au Bureau, au besoin.

Collecte de données

- Cerner les sources des données et discuter de la collecte des données pertinentes avec le personnel du service des finances ou des technologies de l'information, au besoin;
- S'assurer que les fichiers des données pertinentes sont extraits dans un format lisible et préparer tout dictionnaire de données nécessaire.

Déclarations écrites et certificat

- Rédiger les déclarations écrites et le certificat;
- Faire signer le certificat par un cadre supérieur de l'entreprise et le faire notarié ou certifier.

Production de documents et de données

- Fixer un rendez-vous téléphonique avec le Bureau avant la production des documents et des données pour discuter des questions techniques pertinentes et fournir au Bureau un échantillon;
- Chiffrer le support contenant les documents et les données collectés et acheminer ce support au Bureau par service de messagerie;
- Acheminer par courriel le certificat, les déclarations écrites et l'information relative au déchiffrement du support au Bureau.

Déposition orale

- Fixer le moment de la déposition orale de tout membre du personnel identifié dans l'ordonnance;
- Préparer les membres du personnel concernés à faire leur déposition orale, en utilisant, parmi d'autres ressources, tout document produit pertinent;
- Assister aux dépositions orales.

Exemple de liste des coordonnées des personnes-ressources internes

Nous recommandons de maintenir une liste des coordonnées des personnes-ressources internes que les employés pourront consulter si le Bureau communique avec eux. Voici un modèle d'une telle liste :

	Service juridique	Technologies de l'information	Relations publiques	Relations avec les gouvernements	Sécurité / installations
Personne-ressource principale	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :
Personne-ressource secondaire	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :	Nom : Titre : Tél. : Cellulaire : Courriel :

Modèle de déclaration aux médias

Vous trouverez ci-après un modèle de déclaration aux médias qu'une entreprise pourrait vouloir publier en réponse à une enquête du Bureau.

Déclaration aux médias

La Société confirme qu'elle a connaissance d'une étude de marché menée par le Bureau de la concurrence sur [objet de l'étude]. La Société collabore avec le Bureau de la concurrence dans le cadre de cette étude. Aucun chef d'accusation n'a été porté contre elle pour une violation quelconque de la *Loi sur la concurrence* ou de toute autre loi.

La Société exerce ses activités conformément aux normes éthiques les plus élevées, ainsi qu'à toute loi et à tout règlement.

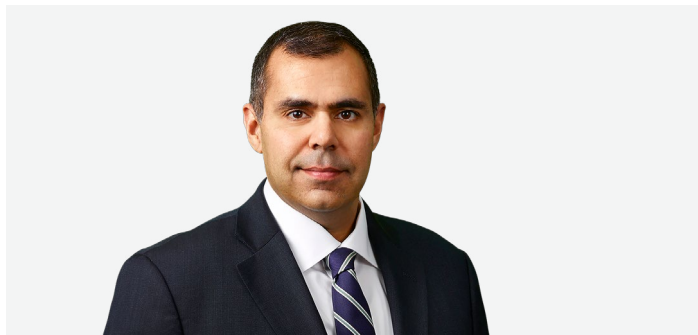


Conclusion

Les études de marché du Bureau deviendront de plus en plus courantes pour les organisations exerçant des activités au Canada. Il est essentiel pour une organisation d'avoir une bonne compréhension des études de marché auxquelles elle pourrait être confrontée, de savoir ce qu'elle doit faire si une étude de marché est proposée ou entreprise, et d'être prête à répondre aux ordonnances des tribunaux. De même, une organisation qui comprend les pièges potentiels associés à la conduite d'une enquête interne sur des violations du droit de la concurrence, et qui planifie en conséquence, sera en mesure d'atténuer non seulement son exposition aux risques juridiques, mais aussi les atteintes à sa réputation, les dépenses inutiles et les pertes d'exploitation. Les experts de Blakes en droit de la concurrence sont bien placés pour vous fournir des conseils et vous représenter relativement à toutes ces questions.

Personnes-ressources

Pour en savoir davantage, communiquez avec :



Navin Joneja

Cochef, groupe Concurrence, antitrust et investissement étranger
+1-416-863-2352 | navin.joneja@blakes.com



Julie Soloway

Cochef, groupe Concurrence, antitrust et investissement étranger
+1-416-863-3327 | julie.soloway@blakes.com



Jonathan Bitran

Associé, Toronto
+1-416-863-3289 | jonathan.bitran@blakes.com



Cassandra Brown

Associée, Toronto
+1-416-863-2295 | cassandra.brown@blakes.com



David Dueck

Associé, Toronto
+1-416-863-2959 | david.dueck@blakes.com



Brian A. Facey

Associé, Toronto
+1-416-863-4262 | brian.facey@blakes.com



Randall Hofley

Associé

+1-416-863-2387 (Toronto) | +1-613-788-2211 (Ottawa)

randall.hofley@blakes.com



Kevin MacDonald

Associé, Toronto

+1-416-863-4023 | kevin.macdonald@blakes.com



Elder Marques

Associé

+1-416-863-3850 (Toronto) | +1-613-788-2238 (Ottawa)

elder.marques@blakes.com



Julia Potter

Associée, Toronto

+1-416-863-4349 | julia.potter@blakes.com



Micah Wood

Associé, Toronto

+1-416-863-4164 | micah.wood@blakes.com

