

**RELATIVEMENT A L'OPPOSITION de ALLIANZ LIFE
INSURANCE COMPANY OF NORTH AMERICA à la demande
d'enregistrement n° 821,344 concernant la marque de commerce
MATURVIE produite par ALLIANCE MATURITÉ INC.**

Le 22 août 1996, la requérante, la société ALLIANCE MATURITÉ INC., a produit une demande d'enregistrement de la marque de commerce MATURVIE fondée sur l'emploi de la marque de commerce au Canada depuis aussi tôt que le 19 août 1996 en liaison avec des « Services d'assurances ».

La présente demande a été publiée pour fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 23 avril 1997 et l'opposante, ALLIANZ LIFE INSURANCE COMPANY OF NORTH AMERICA, a produit une déclaration d'opposition le 22 septembre 1997, dont copie a été envoyée à la requérante le 14 octobre 1997. Le 12 novembre suivant, cette dernière a signifié et produit une contre-déclaration en réponse à la déclaration d'opposition. L'opposante a soumis en preuve les affidavits de Margaret Harrop et de Peter Giddens, ainsi qu'une copie certifiée conforme de l'enregistrement n° 394,825 de la marque de commerce MATURITY SECURITY PLAN. La requérante a choisi de ne pas déposer de preuve. Les deux parties ont produit des plaidoyers écrits, mais n'ont pas demandé la tenue d'une audience.

Voici en quoi consistent les motifs d'opposition invoqués par l'opposante dans sa déclaration d'opposition :

a) La présente demande ne satisfait pas aux exigences de l'alinéa 30 b) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que la requérante n'a pas employé, comme elle l'a prétendu dans la demande, la marque de commerce MATURVIE au Canada en liaison avec les services visés dans la demande depuis le 19 août 1996;

b) La présente demande ne satisfait pas aux exigences de l'alinéa 30 i) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que, à la date de production de la demande, la requérante ne pouvait avoir été convaincue qu'elle avait le droit d'employer la marque de commerce MATURVIE au Canada en liaison avec les services décrits dans la demande, compte tenu de l'emploi et de la révélation antérieurs par l'opposante et son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, de la marque de commerce enregistrée semblable au point de prêter à confusion MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante, n° d'enregistrement 394,825. À la date de production de la demande, la requérante était au courant de l'existence de la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante;

c) La marque de commerce MATURLIFE n'est pas enregistrable compte tenu des dispositions de l'alinéa 12(1)b) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que la marque donne une description claire ou donne une description fautive et trompeuse de la nature ou de la qualité des services en liaison avec lesquels elle est censément employée;

d) La marque de commerce MATURLIFE n'est pas enregistrable compte tenu des dispositions de l'alinéa 12(1)d) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que la marque de commerce de la requérante crée de la confusion avec la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante, n° d'enregistrement 394,825, visant des services d'assurance;

e) La requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la marque de commerce MATURLIFE, parce que, à la date de premier emploi revendiquée, et à tout autre moment que ce soit, la marque de la requérante créait de la confusion avec la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante, qui avait été employée et révélée antérieurement au Canada par l'opposante et son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, en liaison avec des services d'assurance;

f) La marque de commerce de la requérante n'est pas distinctive parce qu'elle ne distingue pas véritablement et n'est pas adaptée à distinguer les services de la requérante des services d'autres propriétaires, y compris les services d'assurance de l'opposante et de son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, vendus sous la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE.

Les deux premiers motifs d'opposition sont fondés sur l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*. Bien que le fardeau légal repose sur la requérante de démontrer que sa demande satisfait aux exigences de l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*, il existe un fardeau de preuve initial qui repose sur l'opposante de produire suffisamment d'éléments de preuve qui, s'ils sont retenus, viendraient étayer les allégations concernant les motifs basés sur l'article 30 [voir *Joseph E. Seagram & Sons Ltd. et al c. Seagram Real Estate Ltd.*, 3 C.P.R. (3d) 325, pp. 329-330]. En outre, la date pertinente pour apprécier les circonstances concernant la question de la non-conformité à l'article 30 de la *Loi* est la date de production de la demande [voir *Georgia-Pacific Corp. v. Scott Paper Ltd.*, 3 C.P.R. (3d) 469, p. 475]. Dans la présente opposition, l'opposante n'a fourni aucun élément de preuve pour étayer son allégation selon laquelle la requérante n'a pas employé sa marque de commerce MATURVIE au Canada depuis le 19 août 1996 en liaison avec les services d'assurance. Par conséquent, le premier motif d'opposition est rejeté.

En ce qui concerne le motif fondé sur l'alinéa 30 i), l'opposante n'a soumis aucun élément de preuve pour démontrer que la requérante ne pouvait avoir été convaincue qu'elle avait le droit d'employer sa marque de commerce MATURVIE au Canada. De plus, comme ce motif est fondé sur des allégations exposées dans les autres motifs d'opposition, celui-ci sera accueilli s'il est conclu que la marque de commerce MATURVIE n'est ni enregistrable ni distinctive, ou que la requérante

n'est pas l'ayant droit à l'enregistrement de la marque de commerce MATURVIE, comme il est allégué dans ces motifs [voir *Consumer Distributing Co. Ltd. c. Toy World Ltd.*, 30 C.P.R. (3d)191, p. 195; et *Sapodilla Co. Ltd. c. Bristol-Myers Co.*, 15 C.P.R. (2d) 152, p. 155]. J'examinerai donc les autres motifs d'opposition.

Pour ce qui concerne le troisième motif, la question de savoir si la marque de commerce MATURVIE donne une description claire de la nature ou de la qualité des services d'assurance de la requérante doit être envisagée du point de vue de l'utilisateur ordinaire de ces services. De plus, pour déterminer si la marque de commerce MATURVIE donne une description claire, la marque ne doit pas être analysée minutieusement dans ses moindres composantes, mais doit plutôt être envisagée dans son ensemble, d'après l'impression immédiate qu'elle donne [voir *Wool Bureau of Canada Ltd. c. Registrar of Trade Marks*, 40 C.P.R. (2d) 25, pp. 27-28 et *Atlantic Promotions Inc. c. Registrar of Trade Marks*, 2 C.P.R. (3d) 183, p. 186]. Bien que le fardeau légal repose sur la requérante de démontrer que sa marque de commerce est enregistrable, il existe un fardeau de preuve initial qui repose sur l'opposante de fournir suffisamment d'éléments de preuve admissibles qui, s'ils sont retenus, viendraient étayer ses allégations selon lesquelles la marque de commerce MATURVIE donne une description claire ou une description fausse et trompeuse de la nature ou de la qualité des services d'assurance de la requérante. Il convient donc d'examiner la preuve de l'opposante afin de déterminer si cette dernière s'est acquittée du fardeau initial qui reposait sur elle à la date de la décision, c'est-à-dire la date pertinente pour apprécier le motif fondé sur l'alinéa 12(1)b) [voir *Lubrication Engineers, Inc. c. Conseil canadien des ingénieurs*, 41 C.P.R. (3d) 243 (CAF)].

Le contenu des paragraphes 2 à 11 de l'affidavit Giddens est entièrement fondé sur des renseignements tenus pour véridiques et il s'agit donc de oui-dire pour ce qui concerne M. Giddens. Comme l'opposante n'a pas expliqué pourquoi elle jugeait nécessaire de soumettre cet élément de preuve au moyen de l'affidavit d'un stagiaire en droit employé par ses agents de marques de commerce, j'ai accordé peu de poids à ces paragraphes. Au paragraphe 13 de son affidavit, M. Giddens a soumis en preuve des définitions tirées du dictionnaire des termes « maturité » et « vie ». Toutefois, aucune des définitions n'indique qu'il y a une signification évidente susceptible d'être associée aux deux mots réunis « maturité vie » en liaison avec des services d'assurance.

Le deuxième affidavit soumis par l'opposante est celui de Margaret Harrop, bibliothécaire principale chez les agents de marques de commerce de l'opposante. M^{me} Harrop affirme avoir effectué, le 21 mai 1998, une recherche dans la base de données InfoGlobe, qui renferme tous les articles parus dans The Globe and Mail. Sa recherche a porté sur la période comprise entre le 14 novembre 1997 et le 21 mai 1998 et sur tous les articles qui comportaient les mots « mature » et « life », « mature » et « health », ou « mature » et « vie », placés l'un après l'autre. M^{me} Harrop a annexé à son affidavit une copie de la version intégrale d'un article trouvé au cours de sa recherche et intitulé « Insurance Industry Gets Harsh Review », tiré de l'édition du 23 août 1994 du quotidien The Globe and Mail, article qui faisait mention de « mature life insurance industry ». La déposante affirme en outre avoir effectué une recherche analogue dans la base de données Lexis/Nexis Insure Library Allnews File et a annexé à son affidavit des copies de la version intégrale d'articles tirés de la base de données qui renferment l'expression « mature life ». Cependant, on ne trouve dans aucun des imprimés d'ordinateur les mots « mature » ou « maturité » suivis du mot « vie ». En fait, les imprimés d'ordinateur fournis par M^{me} Harrop démontrent que les mots « mature life » sont employés de façon descriptive dans ces articles. Cet élément de preuve n'étaye donc pas l'allégation de l'opposante selon laquelle la marque de commerce MATURVIE donne une description claire ou donne une description fautive et trompeuse de la nature et de la qualité de services d'assurance. De plus, même si la preuve de l'opposante avait démontré l'emploi descriptif des mots « maturité vie » dans des articles concernant le domaine de l'assurance, la marque de la requérante n'est pas identique, sur le plan phonétique, à « maturité vie », et une telle preuve ne viendrait donc pas étayer la conclusion selon laquelle la marque MATURVIE de la requérante, dans sa forme sonore, donne une description claire ou donne une description fautive et trompeuse de la nature ou de la qualité de services d'assurance. J'ai donc rejeté le troisième motif d'opposition.

L'opposante a indiqué dans son plaidoyer écrit qu'elle ne ferait pas valoir son quatrième motif d'opposition, qui est fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la *Loi*. De toute façon, ce motif aurait été rejeté, car l'enregistrement n° 394,825 de la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante a été radié du registre. Pour ce qui est du cinquième motif, l'opposante n'a fourni aucun élément de preuve concernant l'emploi ou la révélation de la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE au Canada soit par elle-même ou par son prédécesseur en

titre, Allstate Insurance Company, en liaison avec les services d'assurance. Ce motif est donc lui aussi rejeté.

Le dernier motif d'opposition concernant le soi-disant caractère non distinctif de la marque de commerce MATURVIE de la requérante est fondé sur l'allégation selon laquelle la marque de la requérante ne distingue pas véritablement les services de la requérante des services d'assurance de l'opposante et de son prédécesseur en titre vendus sous la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE. Toutefois, l'opposante n'a soumis aucun élément de preuve démontrant qu'elle-même ou son prétendu prédécesseur a employé la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE à quelque moment que ce soit au Canada. En conséquence, l'opposante ne s'est pas acquittée du fardeau de preuve qui reposait sur elle à l'égard de ce motif. J'ai donc rejeté le dernier motif d'opposition.

Conformément aux pouvoirs qui m'ont été délégués par le registraire des marques de commerce en vertu du paragraphe 63(3) de la *Loi sur les marques de commerce*, je rejette l'opposition formée par l'opposante conformément au paragraphe 38(8) de la *Loi sur les marques de commerce*.

FAIT À HULL (QUÉBEC), ce 25^e JOUR D'OCTOBRE 2000.

G.W. Partington
Président de la Commission des oppositions
des marques de commerce