



LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE  
THE REGISTRAR OF TRADE-MARKS

**Référence : 2012 COMC 60**  
**Date de la décision: 2012-04-19**

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION  
produite par Monte Carlo Holdings Corp. à  
l'encontre de la demande d'enregistrement  
n° 1,304,899 pour la marque de commerce  
JAZZ A MONTE-CARLO & Dessin au nom de  
Société Anonyme des Bains de Mer et du Cercle  
des Étrangers à Monaco, société anonyme**

### Introduction

[1] Le 9 juin 2006, Société Anonyme des Bains de Mer et du Cercle des Étrangers à Monaco, société anonyme (la Requérante), a produit la demande d'enregistrement n° 1,304,899 pour la marque de commerce JAZZ A MONTE-CARLO & Dessin (la Marque) telle que ci-après reproduite :



**JAZZ A MONTE-CARLO**

[2] Cette demande fut produite sur la base d'un emploi projeté. Suite à un échange de correspondance avec l'examineur de cette demande, la Requérante a produit une demande d'enregistrement modifiée qui couvre une multitude de marchandises et

services. Il n'est pas nécessaire de reproduire cette liste au long pour les fins de cette décision puisque l'opposition ne vise que certains services soit :

services de restauration (alimentation); hébergement temporaire, nommément: hôtel, réservation d'hôtels, motels, location d'appartements meublés pour séjours de courte, longue ou moyenne durée (les Services).

tel qu'indiqué au paragraphe 6.1 du plaidoyer écrit de l'Opposante (telle que ci-après définie).

[3] La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 2 avril 2008. Le 23 mai 2008, Monte Carlo Hotel-Motel International Inc. a produit une déclaration d'opposition que le registraire a envoyée à la Requérante le 19 juin 2008. La déclaration d'opposition a été modifiée à deux reprises, afin de modifier l'adresse et le nom de l'opposante. Présentement l'opposante est identifiée sous le nom de Monte Carlo Holdings Corp. J'utiliserai le terme Opposante pour identifier indistinctement Monte Carlo Hotel-Motel International Inc. et/ou Monte Carlo Holdings Corp. Toutefois s'il s'avère nécessaire je référerai au nom exact de l'une ou l'autre de ces entités.

[4] Le 30 juin 2008, la Requérante a produit une contre-déclaration dans laquelle elle nie tous les motifs d'opposition énumérés ci-dessous.

[5] L'Opposante a produit l'affidavit de Dominic Meffe, souscrit le 27 octobre 2008, ainsi qu'une preuve additionnelle, sous la forme d'un second affidavit de Dominic Meffe, souscrit le 5 mai 2009. La Requérante a produit la déclaration solennelle de Marie-Michèle McDuff, un certificat d'authenticité de l'enregistrement LMC719591 pour la marque de commerce MONTE CARLO SPA & Dessin et des extraits du présent dossier, à savoir la demande d'enregistrement originale ainsi que la demande d'enregistrement modifiée.

[6] Seule l'Opposante a produit un plaidoyer écrit mais les deux parties étaient représentées à l'audience.

## Motifs d'opposition

[7] Les motifs d'opposition soulevés par l'Opposante, tels qu'ils figurent dans sa déclaration d'opposition modifiée de nouveau datée du 28 mai 2009, sont :

1. La demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi), en ce qu'elle ne renferme pas de marque de commerce enregistrable selon l'article 12 de la Loi eu égard à l'emploi et l'enregistrement antérieurs des marques de commerce décrites aux annexes A et B jointes à la déclaration d'opposition ré-amendée;
2. La demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la Loi en ce que la Requérante ne pouvait pas être convaincue qu'elle avait le droit d'employer et d'enregistrer la Marque au Canada eu égard à l'emploi et l'enregistrement antérieurs des marques de commerce décrites aux annexes A et B jointes à la déclaration d'opposition ré-amendée;
3. La Marque n'est pas enregistrable selon l'alinéa 12(1)d) de la Loi puisqu'elle crée de la confusion avec les marques de commerce enregistrées de l'Opposante énumérées à l'annexe A jointe à la déclaration d'opposition ré-amendée;
4. la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque selon les dispositions de l'alinéa 16(3)a) de la Loi parce que, à la date de production de la demande, la Marque créait de la confusion avec les marques de commerce plus amplement décrites aux annexes A et B jointes à la déclaration d'opposition ré-amendée qui avaient été antérieurement employées et révélées au Canada par l'Opposante et son prédécesseur en titre, 593416 Ontario Inc.;
5. la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque selon les dispositions de l'alinéa 16(3)b) de la Loi parce que, à la date de production de la demande, la Marque créait de la confusion avec les marques de commerce plus amplement décrites à l'annexe A jointe à la déclaration d'opposition ré-amendée à l'égard desquelles des demandes avaient été antérieurement produites au Canada par l'Opposante;
6. la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque selon les dispositions de l'alinéa 16(3)c) de la Loi parce que, à la date de production de la demande, la Marque créait de la confusion avec le nom commercial Monte Carlo Hotel-Motel International Inc. antérieurement employé au Canada par l'Opposante;
7. selon l'alinéa 38(2)d) et l'article 2 de la Loi, la Marque n'est pas distinctive en ce qu'elle ne distingue pas véritablement ni n'est adaptée à distinguer les marchandises et services de la Requérante des marchandises et services d'autres propriétaires, nommément les marchandises et services de l'Opposante.

## Le fardeau de preuve

[8] S'il incombe à la Requérante de démontrer que sa demande est conforme aux dispositions de la Loi, l'Opposante a le fardeau initial de présenter une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de chacun des motifs d'opposition. Une fois que l'Opposante s'est acquittée de ce fardeau initial, la Requérante doit prouver, selon la prépondérance des probabilités, que les motifs d'opposition ne devraient pas faire obstacle à l'enregistrement de la Marque [voir *Joseph E. Seagram & Sons Ltd. et al. c. Seagram Real Estate Ltd.* (1984), 3 C.P.R. (3d) 325 (C.O.M.C.); *John Labatt Ltd. c. Molson Companies Ltd.* (1990), 30 C.P.R. (3d) 293 (C.F. 1<sup>re</sup> inst.) et *Wrangler Apparel Corp. c. The Timberland Company* [2005] C.F. 722].

## Dates pertinentes

[9] La date pertinente pour l'analyse de chacun des motifs d'oppositions varie selon le motif d'opposition à examiner :

- non-conformité aux exigences de l'article 30 de la Loi : la date de production de la demande (le 9 juin 2006);
- enregistrabilité de la Marque selon l'alinéa 12(1)d) de la Loi : la date de la décision du registraire [voir *Park Avenue Furniture Corporation c. Wickes/Simmons Bedding Ltd.* (1991), 37 C.P.R. (3d) 413, à la page 424 (C.A.F.)];
- droit à l'enregistrement de la Marque, lorsque la demande est fondée sur un emploi projeté : la date de production de la demande d'enregistrement (le 9 juin 2006) [voir le paragraphe 16(3) de la Loi];
- caractère distinctif de la Marque : la date de production de la déclaration d'opposition (le 23 mai 2008) [voir *Andres Wines Ltd. and E & J Gallo Winery* (1975), 25 C.P.R. (2d) 126, à la page 130 (C.A.F.) et *Metro-Goldwyn-Meyer Inc. c. Stargate Connections Inc.* (2004), 34 C.P.R. (4th) 317 (C.F. 1<sup>re</sup> inst.)].

### Motifs d'opposition fondés sur l'article 30 de la Loi

[10] Le premier motif d'opposition, tel qu'il est rédigé, n'est pas un motif d'opposition valable. Si une demande vise l'enregistrement d'une marque de commerce qui n'est pas enregistrable selon l'article 12, le bon motif d'opposition est celui de l'enregistrabilité de cette marque sous cet article. Le premier motif d'opposition est donc rejeté.

[11] Le deuxième motif d'opposition n'est également pas un motif d'opposition valable. L'alinéa 30i) de la Loi exige seulement que la Requérante se déclare convaincue d'avoir droit à l'emploi de la Marque. Cette déclaration est comprise dans la demande. L'emploi antérieur de marques de commerce semblables au point de créer de la confusion est visé par le motif d'opposition décrit à l'article 16 de la Loi, connu sous le nom de « droit à l'enregistrement », qui est déjà soulevé par l'Opposante. Quant aux marques de commerce enregistrées, comme je l'ai expliqué plus haut, le bon motif d'opposition est celui fondé sur l'article 12 de la Loi. Le deuxième motif d'opposition est donc rejeté.

### Motif d'opposition fondé sur l'alinéa 16(3)b) de la Loi

[12] Les demandes antérieurement produites par l'Opposante qui servent de base à ce motif d'opposition doivent être pendantes à la date de l'annonce de la présente demande [voir le paragraphe 16(4) de la Loi]. Ces demandes de l'Opposante, 744288 et 744289 ont donné lieu le 5 mai 1995 à l'enregistrement des marques de commerce MONTE CARLO INN & Dessin et MONTE CARLO INN & Dessin d'une couronne, reproduites au paragraphe suivant. Elles n'étaient plus pendantes au 2 avril 2008. Le cinquième motif d'opposition est donc également rejeté.

### Enregistrabilité de la Marque selon l'alinéa 12(1)d) de la Loi

[13] Au soutien de ce motif d'opposition, l'Opposante peut simplement s'appuyer sur ses certificats d'enregistrement sans établir l'existence d'un emploi antérieur des marques de commerce visées par ces enregistrements. J'ai consulté le registre et les marques faisant l'objet des enregistrements LMC442550 et LMC442551 et reproduites ci-après, sont toujours en vigueur :

# Monte Carlo Inn (MONTE CARLO INN &

Dessin)

et



(MONTE CARLO INN & Dessin de

couronne)

(collectivement appelées ci-après marques MONTE CARLO INN) [voir *Quaker Oats of Canada Ltd./La Compagnie Quaker Oats Ltée c. Manu Foods Ltd.*, 11C.P.R. (3d) 410].

L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial.

[14] Il incombe donc à la Requérante de prouver, selon la prépondérance des probabilités, que l'emploi de la Marque en liaison avec les Services ne risque pas de créer de la confusion avec l'une ou l'autre des marques MONTE CARLO INN. Le test à appliquer pour trancher cette question est énoncé au paragraphe 6(2) de la Loi. Je dois tenir compte de toutes les circonstances pertinentes, y compris celles énumérées au paragraphe 6(5) : le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; le genre de marchandises, services ou entreprises; la nature du commerce; et le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent.

[15] Cette liste n'est pas exhaustive, et il n'est pas nécessaire d'accorder le même poids à chacun de ces facteurs.

[16] À l'audience, la Requérante a attiré l'attention sur ce qu'elle considère être des vices dans la chaîne de titres des marques MONTE CARLO INN. Elle soutient que, au vu du deuxième affidavit de M. Meffe, le président de l'Opposante, on ne sait pas exactement quelle entité est propriétaire des marques MONTE CARLO INN et quelle entité peut se prévaloir de leur emploi antérieur. La Requérante n'a pas contesté le fait que ces marques de commerce aient été employées au Canada en liaison avec des services d'hôtel et certains produits de soins personnels, mais soutient que l'Opposante ne peut se prévaloir de cet emploi antérieur. Comme la présente décision permettra de le constater, je n'ai pas besoin de traiter de cette question pour me prononcer sur le présent motif d'opposition. De toute façon la présente opposition n'est pas le forum approprié pour attaquer de quelque façon que ce soit la validité des enregistrements de l'Opposante. Qu'il suffise de dire à ce stade-ci que Monte Carlo Holdings Corp. est inscrite au registre à titre de propriétaire des marques MONTE CARLO INN.

[17] Les vices dans la chaîne de titres de propriété des marques MONTE CARLO INN, s'il y en a, n'auraient d'incidence que sur l'examen de la deuxième portion du premier facteur et du deuxième facteur énumérés au paragraphe 6(5) de la Loi. Toutefois je considère que le degré de ressemblance entre les marques des parties sera le principal facteur en l'espèce. Je rappelle que la Cour suprême du Canada dans l'arrêt *Masterpiece Inc. c. Alavida Lifestyles Inc. et al.* 2011 C.S.C. 27, a clairement indiqué que le degré de ressemblance entre les marques est le facteur le plus important parmi ceux énumérés au paragraphe 6(5) de la Loi.

[18] Je considère que l'Opposante a plus de chances de succès avec sa marque MONTE CARLO INN & Dessin car son graphisme se limite qu'au caractère des lettres. D'ailleurs l'Opposante lors de l'audience a mis l'emphase sur cette marque plutôt que l'autre. Dans le cas de la marque MONTE CARLO INN & Dessin d'une couronne, le dessin, qui est la partie dominante de cette marque, est si différent du dessin faisant partie de la Marque que cette différence ne fait qu'avantager la cause de la Requérante. Je me contenterai donc de procéder à l'analyse des critères sous l'article 6(5) en me limitant à la marque MONTE CARLO INN & Dessin. Si l'Opposante ne peut avoir gain de cause

avec cette marque elle ne pourrait prétendre à un meilleur sort avec sa marque MONTE CARLO INN & Dessin d'une couronne.

[19] Il a été établi, au moyen de définitions de dictionnaires annexées à l'affidavit de Marie-Michèle McDuff, une étudiante travaillant pour l'agent de la Requérante au moment où elle a souscrit son affidavit, que Monte Carlo est un quartier de la Principauté de Monaco.

[20] Le mot « inn » est hautement suggestif lorsque la marque MONTE CARLO INN & Dessin est employée en liaison avec des services d'hôtellerie. Le mot « jazz » est un mot connu de la langue française et anglaise. Ainsi la Marque, lorsqu'elle est employée en liaison avec des marchandises et services reliés à de la musique, est suggestive.

[21] Le caractère distinctif d'une marque peut être rehaussé par son emploi et la mesure dans laquelle elle est devenue connue au Canada. Il n'y a aucune preuve d'emploi de la Marque au Canada par la Requérante.

[22] Nul n'est besoin de résumer en détail le contenu des premier et second affidavits de M. Meffe. Ils établissent clairement, comme je l'ai déjà mentionné, l'emploi des marques MONTE CARLO INN au Canada et ce depuis au moins 1992.

[23] Le certificat d'enregistrement LMC442,550 couvre également des services d'hôtellerie. Donc il y définitivement un chevauchement en ce qui concerne les Services.

[24] Il est vrai que la marque de commerce MONTE CARLO INN & Dessin de l'Opposante et la Marque de la Requérante se ressemblent sur le plan phonétique en raison de la présence de la désignation géographique MONTE CARLO. Toutefois MONTE CARLO est l'élément dominant de la marque MONTE CARLO INN & Dessin car la portion graphique se limite au type de caractère utilisé pour illustrer cette marque. Or il en est autrement pour la Marque. Sa portion graphique m'apparaît tout aussi importante que la portion vocable. Il s'agit d'un graphisme original où l'on combine l'image de feuilles de palmier à un oiseau, ou d'une silhouette féminine, ou même la représentation d'un ange. De plus la première portion de la Marque est le mot « jazz ». L'idée suggérée par la Marque soit du « jazz à Monte Carlo » diffère de l'idée suggérée

par la marque MONTE CARLO INN & Dessin où le mot « inn » suggère un endroit où l'on peut s'attendre à trouver un hébergement temporaire sous la forme d'une chambre ou d'un appartement dans une auberge.

[25] Il a été maintenu à plusieurs reprises que la première portion d'une marque de commerce est souvent l'élément qui sert à distinguer une marque de commerce d'une autre. À ce sujet je réfère à *Conde Nast Publications Inc. v. Union des Editions Modernes* (1979), 46 C.P.R. (2d) 183.

[26] L'Opposante argumente que la Marque, lorsqu'employée en liaison avec les Services donnent l'impression au consommateur qui a un vague souvenir de la marque MONTE CARLO INN & Dessin que l'Opposante opère un club de jazz à l'intérieur de son établissement. Or le certificat d'enregistrement de l'Opposante ne couvre pas des services de bar ou de club où l'on peut se divertir en écoutant de la musique. De plus, en décidant d'incorporer le nom d'une désignation géographique connue comme élément dominant de sa marque, l'Opposante se doit d'accepter que son monopole aura une portée plus restreinte que si la marque était constituée d'éléments uniques. Outre la présence de cette désignation géographique connue, les marques des parties dans leur ensemble sont différentes, tant au niveau visuel que dans les idées qu'elles suggèrent. Ce facteur favorise la Requérante.

[27] Comme autre circonstance en l'espèce, la Requérante invoque le fait qu'elle a obtenu l'enregistrement de la marque de commerce MONTE-CARLO SPA & Dessin, (certificat d'enregistrement LMC719591) où la portion graphique de cette marque est identique à la portion graphique de la Marque. Elle plaide qu'elle devrait donc avoir le droit d'obtenir l'enregistrement de la Marque puisque sa caractéristique dominante est également le graphisme que nous retrouvons à la marque déposée MONTE-CARLO SPA & Dessin.

[28] Il a été dit à plusieurs reprises que la délivrance d'un certificat d'enregistrement pour une marque de commerce ne donne pas le droit d'obtenir l'enregistrement d'une autre marque de commerce, peu importe le degré de ressemblance entre cette nouvelle marque de commerce et celle qui fait l'objet d'un enregistrement précédent [voir *Coronet*

*Heinrich Schlerf GmbH c. Produits Ménagers Coronet Inc.* (1984), 4 C.P.R. (3d) 108 (C.O.M.C.)). Toutefois l'agente de la Requérante voudrait que ce principe soit nuancé car la Marque est presque identique à la marque MONTE CARLO SPA & Dessin et ainsi on ne pourrait ignorer le fait que la Requérante ait déjà obtenu un certificat d'enregistrement pour sa marque MONTE CARLO SPA & Dessin. Il faudrait, selon elle, accorder plus de poids à l'obtention d'un certificat d'enregistrement. Or nous ne connaissons pas les circonstances qui ont mené à l'enregistrement de l'autre marque de la Requérante. S'il n'y a pas eu d'opposition je ne peux présumer que c'est en raison d'une décision de l'Opposante de ne pas contester l'enregistrement de cette marque, jugeant qu'il n'y avait pas de probabilités de confusion. Il peut exister une foule de raisons qui pourraient justifier l'absence d'opposition de la part de l'Opposante. Je ne vois pas comment je pourrais distinguer *Coronet* du présent dossier.

[29] Je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau de prouver, selon la prépondérance des probabilités, que la Marque, si elle est employée en liaison avec les Services, ne crée pas de confusion avec la marque de commerce MONTE CARLO INN & Dessin car cette dernière possède un caractère distinctif faible et que la Marque se démarque de cette marque tant au niveau visuel que des idées qu'elle suggère.

[30] Je rejette donc le troisième motif d'opposition.

#### Motifs d'opposition fondés sur les alinéas 16(3)a) et c) de la Loi

[31] Pour tenir compte d'un motif d'opposition fondé sur les alinéas 16(3)a) et c) de la Loi, l'Opposante a le fardeau initial de prouver que ses marques de commerce et son nom commercial MONTE CARLO HOTEL-MOTEL INTERNATIONAL INC. avaient été employées ou révélées au Canada par l'Opposante ou ses prédécesseurs en titre avant la date pertinente, à savoir le 9 juin 2006.

[32] Nul n'est besoin de résumer en détail le contenu des affidavits signés par M. Meffe. Ils établissent clairement, comme je l'ai déjà mentionné, l'emploi des marques MONTE CARLO INN. Ce fait n'est pas contesté par la Requérante.

[33] Cependant, la Requérante prétend qu'il n'y a aucune preuve de l'existence d'une chaîne de titres valable, de sorte que l'Opposante ne peut se fonder sur l'emploi antérieur des ses prédécesseurs en titre allégués. Si tel est le cas, la Requérante soutient que les motifs d'opposition fondés sur l'emploi antérieur de ces marques par l'Opposante devraient être rejetés au motif que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial.

[34] Pour les fins du motif d'opposition fondé sur l'article 16(3)a) de la Loi je vais présumer que l'Opposante s'est déchargée de son fardeau de prouver l'emploi des marques MONTE CARLO INN avant la date de production de la présente demande d'enregistrement. Toutefois je conclus au rejet de ce motif d'opposition pour les mêmes raisons élaborées sous le motif d'opposition précédent. En effet la question principale demeure la probabilité de confusion entre la Marque et les marques MONTE CARLO INN de l'Opposante. L'analyse des différents critères pertinents énumérés à l'article 6(5) conduit au même résultat même si cette analyse se fait à une date pertinente différente, soit le 9 juin 2006.

[35] Quant au motif fondé sur l'article 16(3)c) de la Loi, la preuve au dossier produite par l'Opposante est insuffisante pour soutenir ce motif d'opposition. En effet le seul paragraphe où il est question d'emploi du nom commercial de l'Opposante dans le cours normal de ses affaires est le paragraphe 47 du premier affidavit de M. Meffe et les pièces P1 et P2 , à savoir: un échantillon d'entête de lettre et de carte d'affaires. Toutefois M. Meffe ne nous indique pas depuis quelle date cette papeterie a été employée et l'ampleur de cette emploi. D'ailleurs l'Opposante n'a pas fait grand état de ce motif d'opposition dans son plaidoyer écrit et n'a pas fait de représentations à ce sujet lors de l'audience. Dans les circonstances je considère que l'Opposante ne s'est pas déchargée de son fardeau initial de preuve.

[36] Même si l'Opposante s'était déchargée de son fardeau de preuve initiale, j'aurais conclu en faveur de la Requérante pour les raisons similaires à ceux développées sous le motif d'opposition de l'enregistrabilité de la Marque en y ajoutant que le degré de ressemblance entre la Marque et le nom commercial de l'Opposante tant phonétique,

visuel et les idées qu'ils suggèrent est encore plus ténu que celui entre la Marque et les marques MONTE CARLO INN.

[37] Je rejette donc les cinquième et sixième motifs d'opposition.

Motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif de la Marque

[38] L'Opposante doit d'abord démontrer que ses marques MONTE CARLO INN étaient devenues suffisamment connues à la date de production de la déclaration d'opposition, à savoir le 23 mai 2008, pour annuler tout caractère distinctif de la Marque [*Motel 6, Inc. c. No. 6 Motel Ltd.* (1981), 56 C.P.R. (2d) 44, à la page 58]. Une fois que l'Opposante s'est acquittée de ce fardeau, la Requérante doit démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que la Marque ne risquait pas de créer de la confusion avec l'une ou l'autre des marques de commerce susmentionnées de l'Opposante. Ainsi la Marque serait adaptée à distinguer ou distinguait véritablement partout au Canada, à la date pertinente, les Services des marchandises et services de l'Opposante [voir *Muffin Houses Incorporated c. The Muffin House Bakery Ltd.* (1985), 4 C.P.R. (3d) 272].

[39] Si les marques MONTE CARLO INN sont devenues connues au Canada dans le cadre de leur emploi antérieur à la date pertinente, il importe peu de savoir quelle(s) entité(s) les a(ont) employées afin de disposer de ce motif d'opposition. En effet, même en présumant que cet emploi bénéficie à l'Opposante, je rejette ce motif d'opposition pour les mêmes raisons que celles décrites sous le motif d'opposition de l'enregistrabilité de la Marque.

[40] Il en est ainsi car l'absence de probabilité de confusion entre La Marque et les marques MONTE CARLO INN de l'Opposante à la date pertinente démontre que la Marque était distinctive ou apte à distinguer les Services des services et marchandises de l'Opposante à cette date. Je tiens à préciser que le fait que la date pertinente sous le présent motif d'opposition soit antérieure à celle associée au motif d'opposition sous l'article 12(1)d) n'a aucune incidence sur l'analyse des circonstances pertinentes énumérées à l'article 6(5) de la Loi et amplement détaillée sous ce dernier motif d'opposition.

[41] Je rejette donc le septième et dernier motif d'opposition.

Décision

[42] Dans l'exercice des pouvoirs que m'a délégués le registraire des marques de commerce en vertu du paragraphe 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition conformément aux dispositions du paragraphe 38(8) de la Loi.

---

Jean Carrière  
Membre  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada