

TRADUCTION/TRANSLATION

RELATIVEMENT A L'OPPOSITION de L'Oréal, une société anonyme et Cosmair Canada Inc. à la demande n° 558 268 concernant la marque de commerce ALLURE produite par J.D. Hunter Packaging Limited, et actuellement inscrite sous le nom de Hunter Packaging Ltd.

Le 4 mars 1986, la requérante, J.D. Hunter Packaging Limited, a produit une demande d'enregistrement de la marque de commerce ALLURE fondée sur l'emploi projeté de la marque de commerce au Canada en liaison avec «TOILET PREPARATIONS PACKAGED AS HOTEL AMENITIES, NAMELY, SHAMPOOS, CONDITIONERS, BODY LOTIONS, BATH SOAP, WET SOAP, BOXED SOAP, SHOWER CAPS, BUBBLE BATH, SEWING KITS, SHOE SHINING MITTS, RAZORS, AND SHAVING KITS». Durant la procédure d'opposition, la requérante a changé son nom commercial pour celui de Hunter Packaging Ltd.

La demande de la requérante a été publiée pour fins d'opposition le 1^{er} avril 1987 et les opposantes, L'Oréal, une société anonyme et Cosmair Canada Inc., ont produit une déclaration d'opposition le 31 août 1987. Dans leur déclaration d'opposition, les opposantes ont allégué que la marque de commerce ALLURE de la requérante n'est pas enregistrable et n'est pas distinctive, et que la requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement du fait que les opposantes ont enregistré, utilisé antérieurement et fait connaître antérieurement la marque de commerce enregistrée ALLURELLE (enregistrement n° 218 207) en liaison avec des «préparations pour les soins, la beauté et l'entretien de la chevelure, lacques [sic.] pour cheveux». Selon les opposantes, L'Oréal, une société anonyme, est le propriétaire inscrit de la marque de commerce enregistrée ALLURELLE et Cosmair Canada Inc. est un usager inscrit de la marque et le distributeur au Canada. Les opposantes ont allégué en outre que la demande de la requérante n'est pas conforme aux exigences des alinéas 30(a), (e) et (i) de la Loi sur les marques de commerce.

La requérante a signifié et produit une contre-déclaration dans laquelle elle niait les allégations énoncées dans la déclaration d'opposition.

Les opposantes ont produit en preuve une copie certifiée de l'enregistrement n° 218 207 pour la marque de commerce ALLURELLE et la requérante a produit comme élément de preuve l'affidavit de Lorne H. Memory daté du 7 mars 1989. Les opposantes ont demandé et ont été accordées une ordonnance de contre-interrogatoire de M. Memory sur son affidavit mais elles n'ont pas procédé au contre-interrogatoire.

Ni l'une ni l'autre partie n'a produit de plaidoyer écrit et il n'y a pas eu d'audience relativement à cette opposition.

Mis à part une copie certifiée de l'enregistrement n° 218 207, les opposantes n'ont produit aucun élément de preuve à l'appui de leurs motifs d'opposition dans la présente instance. Par conséquent, elles ne se sont pas acquittées du fardeau initial de preuve qui leur incombait en ce qui concerne les motifs d'opposition fondés sur l'article 30 ni de ceux relatifs au droit à l'enregistrement, ainsi qu'au caractère distinctif de ladite marque. Par conséquent, j'ai rejeté ces motifs d'opposition.

Reste seulement le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la Loi sur les marques de commerce. Quant au motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d), la date pertinente semblerait être celle de ma décision (voir Park Avenue Furniture Corporation c. Wickes/Simmons Bedding Ltd. et le Registraire des marques de commerce, (1991), 37 C.P.R. (3d) 413 (CAF) et Conde Nast Publications, Inc. c. La Fédération canadienne des épiciers indépendants, (1991), 37 C.P.R. (3d) 538 (COMC)). De plus, pour déterminer s'il y aurait un risque raisonnable de confusion entre les marques de commerce en cause, le Registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles qui sont expressément énumérées au paragraphe 6(5) de la Loi sur les marques de commerce. En outre, le Registraire doit tenir compte du fait que le fardeau légal repose sur la requérante de démontrer qu'il n'y aurait aucun risque raisonnable de confusion entre les marques de commerce en cause.

La marque de commerce ALLURE de la requérante et la marque de commerce ALLURELLE des opposantes, en liaison avec les marchandises respectives des parties, ont un caractère distinctif inhérent malgré le fait que, comme l'agent d'audition l'a signalé dans l'affaire Hunter Packaging Ltd. c. L.N.K. Manufacturing Agencies Inc., 40 C.P.R. (3d) 431 (COMC) à la page 433, le mot «allure» possède une «vaguely laudatory connotation». Les opposantes n'ont fourni aucun élément de preuve attestant de leur utilisation de la marque de commerce ALLURELLE au Canada. Par contre, l'affidavit de M. Memory établit que la marque de commerce ALLURE de la requérante est devenue connue au Canada en liaison avec des articles offerts dans les hôtels, les ventes de ces marchandises depuis janvier 1987 se chiffrant à plus de 360 000 \$. Par conséquent, la mesure dans laquelle les marques de commerce en cause sont devenues connues et la période pendant laquelle elles ont été en usage militent en faveur de la requérante dans la présente instance.

L'enregistrement n° 218 207 englobe les «Péparations [sic.] pour les soins, la beauté et l'entretien de la chevelure, lacques [sic] pour cheveux», produits similaires aux shampooings et

revitalisants de la requérante et ayant au moins une certaine similarité avec les produits de toilette de la requérante désignés à titre de lotions pour le corps, savon de bain, savon liquide, savon en boîte et bain moussant. Par contre, les bonnets de douche, nécessaires de couture, gants à chaussures, rasoirs et nécessaires à barbe de la requérante ont peu de similarité, voire aucune, avec les marchandises des opposantes. Bien que les marchandises de la requérante se limitent aux produits «packaged as hotel amenities», le libellé des marchandises visé par l'enregistrement n° 218 207 n'est pas restreinte à un créneau commercial donné et, par conséquent, ces marchandises pourraient être vendues à titre d'articles offerts dans les hôtels.

Les marques de commerce en cause présentent un certain degré de similitudes graphiques et phoniques, bien qu'elles n'évoquent aucune idée en commun.

Dans son affidavit, le directeur des ventes et du marketing de la requérante, Lorne H. Memory, affirme qu'il n'a pas connaissance de demandes de renseignements ou de plaintes reçues par son entreprise et faisant état de confusion quant à la source des articles ALLURE de la requérante qui sont offerts dans les hôtels et des produits de beauté ALLURELLE des opposantes. Toutefois, en l'absence de preuve de l'utilisation de la marque de commerce ALLURELLE des opposantes au Canada, le témoignage de la requérante selon lequel il n'y a pas eu de cas de confusion entre les marques de commerce en cause a relativement peu de poids.

La question de la confusion entre des marques de commerce doit être considérée du point de vue de la première impression et du souvenir imprécis du consommateur moyen des marchandises des parties. Par conséquent, pour ce qui est du degré de ressemblance entre les marques de commerce ALLURE et ALLURELLE, étant donné la grande similarité des préparations pour les soins de la chevelure des opposantes et des shampooings et revitalisants de la requérante ainsi que la similarité relative des marchandises des opposantes et des lotions pour le corps, savon pour le bain, savon liquide, savon en boîte et bain moussant de la requérante, je conclus que la requérante ne s'est pas acquittée du fardeau légal qui lui incombait concernant la question de la confusion entre les marques de commerce en cause, vu que l'enregistrement des opposantes couvre la vente éventuelle de leurs préparations pour les soins de la chevelure en tant qu'articles offerts dans les hôtels. Par contre, j'estime qu'il n'y aurait aucun risque raisonnable de confusion entre la marque de commerce ALLURELLE des opposantes et la marque de commerce de la requérante en liaison avec les autres marchandises visées par la demande de la requérante. À cet égard, je ferai remarquer la décision rendue par la Cour fédérale, division de première instance, en ce qui a trait à l'autorisation

de rendre une décision partagée, dans l'affaire Produits Ménagers Coronet Inc. c. Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH, 10 C.P.R. (3d) 492.

Étant donné ce qui précède, je repousse la demande de la requérante en ce qui a trait aux : «Toilet preparations packaged as hotel amenities, namely, shampoos, conditioners, body lotions, bath soap, wet soap, boxed soap and bubble bath» et je rejette l'opposition des opposantes, conformément au paragraphe 38(8) de la Loi sur les marques de commerce, à l'enregistrement de la demande de la requérante en liaison avec les marchandises suivantes : «shower caps, sewing kits, shoe shining mitts, razors, and shaving kits packaged as hotel amenities».

FAIT À HULL (QUÉBEC) LE 30e ° JOUR D' AVRIL 1993.

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