



Office de la propriété intellectuelle du Canada

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE

Référence : 2023 COMC 087

Date de la décision : 2023-05-29

[TRADUCTION CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

TRADUCTION DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION

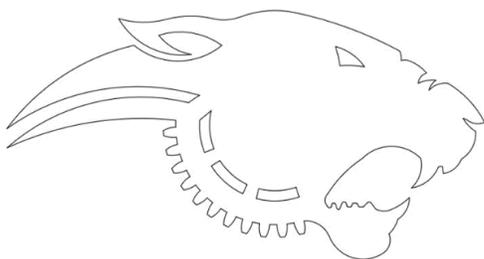
Opposante : Jaguar Land Rover limitée

Requérante : Mécanique de performance Panthera Motorsports Inc.

Demande : 1,870,658 pour PANTHERA Logo

APERÇU

[1] Jaguar Land Rover limitée (l'Opposante) s'oppose à l'enregistrement de la marque de commerce Panthera Logo (la Marque), qui fait l'objet de la demande n° 1,870,658 (la Demande) et qui appartient à Mécanique de performance Panthera Motorsports Inc. (la Requérante). La Marque est reproduite ci-dessous :



[2] La Demande, telle que révisée par la Requérante le 28 mai 2021, avec l'autorisation du registraire, qui a été accordée le 2 juin 2021, est fondée sur l'emploi de la Marque au Canada en liaison avec les produits (1), (3), (4) et (5) ci-dessous depuis au moins aussi tôt que les dates de premier emploi revendiquées ci-dessous et sur l'emploi projeté de la Marque en liaison avec les produits (2) et (6) (collectivement, les Produits) :

[TRADUCTION]

(1) Pièces pour moteurs de motos et de véhicules tout-terrain non routiers et accessoires connexes, sauf moteurs et pièces pour véhicules utilitaires sport, camionnettes et véhicule automobile et accessoires connexes.

(2) Visières de protection pour casques de motos et de véhicules à moteur tout-terrain pour la conduite hors route, équipement de protection pour faire de la moto et du véhicule à moteur tout-terrain pour la conduite hors route, nommément casques, équipement de protection pour les épaules et les coudes, sauf visières de protection pour casques protection pour casques de véhicules utilitaires sport, de camionnettes et de véhicules automobiles et équipement de protection pour véhicules utilitaires sport, camionnettes et véhicules automobiles.

(3) Moteurs pour motos et véhicules à moteur tout-terrain pour la conduite hors route; moteurs pour véhicules terrestres, sauf moteurs et pièces pour véhicules utilitaires sport, camionnettes et véhicules automobiles, et accessoires connexes; motos; véhicules à moteur tout-terrain pour la conduite hors route, sauf véhicules utilitaires sport, camionnettes et véhicules automobiles.

(4) Autocollants.

(5) Vêtements tout-aller, casquettes de baseball.

(6) Vêtements de sport, vêtements de moto, nommément pantalons, hauts, chandails molletonnés, vestes, gilets, protège-pantalons, gants et bottes d'équitation.

Employée au Canada depuis au moins aussi tôt que décembre 2015 en liaison avec les produits (1), (3) et (4).

Employée au Canada depuis au moins aussi tôt que décembre 2016 en liaison avec les produits (5).

[3] La principale question dans la présente procédure est de savoir s'il y a une probabilité de confusion entre la Marque et un ou plusieurs des dessins-marques de

l'Opposante reproduits ci-dessous, et d'autres dessins-marques invoqués par l'Opposante comme les marques de commerce LEAPER Device et JAGUAR & LEAPER Device (collectivement, les Marques LEAPER), et les marques de commerce GROWLER (les Marques GROWLER), dont tous les détails sont énoncés à l'annexe A de ma décision (collectivement, les Marques de commerce de l'Opposante) :



[4] Pour les raisons qui suivent, l'opposition est accueillie.

LE DOSSIER

[5] La demande a été produite le 30 novembre 2017 et annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* le 27 mars 2019.

[6] Le 27 novembre 2019, l'Opposante a produit une déclaration d'opposition en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi). Je note que la Loi a été modifiée le 17 juin 2019 et que, conformément à l'article 70 de la Loi, les motifs d'opposition en l'espèce seront évalués en fonction de la Loi dans sa version antérieure au 17 juin 2019.

[7] Les motifs d'opposition soulevés par l'Opposante sont fondés sur la non-enregistrabilité de la Marque en vertu de l'article 12(1)d) de la Loi, l'absence de droit à l'enregistrement de la Requérante en vertu des articles 16(3)a), 16(1)b), 16(3)a) et 16(3)b) de la Loi, l'absence de caractère distinctif de la Marque en vertu de l'article 2 de la Loi, et la non-conformité de la Demande aux articles 30a), 30b), 30e) et 30i) de la Loi. À cet égard, je note que l'Opposante n'a pas modifié sa déclaration d'opposition à la suite de la Demande révisée produite par la Requérante, dans laquelle la numérotation des produits a été modifiée. Par conséquent, la déclaration d'opposition ne reflète pas

les Produits et leurs numéros de catégorie tels qu'ils figurent dans la Demande révisée. Aux fins de la présente décision, tous les renvois aux Produits et à leurs numéros de catégorie correspondront à la Demande révisée, nonobstant le renvoi de l'Opposante à la liste initiale des produits de la Demande.

[8] Le 2 avril 2020, la Requérante a produit et signifié une contre-déclaration réfutant les motifs d'opposition.

[9] À l'appui de son opposition, l'Opposante a produit l'affidavit de Gianfranco G. Mitrione, avocat général de Jaguar Land Rover North America, LLC, une société affiliée de l'Opposante, souscrit le 22 octobre 2020 (l'Affidavit Mitrione), et l'affidavit de Mary P. Noonan, une recherchiste en marques de commerce employée par les agents de l'Opposante, souscrit le 26 août 2020 (l'Affidavit Noonan). L'Affidavit Mitrione aborde la question de l'emploi et de la promotion des Marques de commerce de l'Opposante, tandis que l'Affidavit Noonan fournit les détails des Marques de commerce de l'Opposante, obtenues à partir de la Base de données sur les marques de commerce canadiennes de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC).

[10] À l'appui de sa Demande, la Requérante a produit l'affidavit de Sébastien Montplaisir, le président de la Requérante, souscrit le 26 avril 2021 (l'Affidavit Montplaisir), et l'affidavit de Charlène Luc, un parajuriste de la firme Canyon IP Inc., souscrit le 23 avril 2021 (l'Affidavit Luc). L'Affidavit Montplaisir aborde la question de l'emploi et de la promotion de la Marque, tandis que l'Affidavit Luc prétend introduire une preuve de l'état du registre provenant de la Base de données sur les marques de commerce canadiennes de l'OPIC en ce qui a trait aux demandes d'enregistrement et aux enregistrements de dessins-marques liés à la classification de Vienne de « Tigres ou autres grands félins » et dont les produits font partie de la classe 12 de Nice, qui vise des « Véhicules ».

[11] Aucun des déposants des parties n'a été contre-interrogé au sujet de son affidavit.

[12] Seule la Requérante a produit des observations écrites. Les deux parties étaient présentes à l'audience.

FARDEAU DE PREUVE ET FARDEAU ULTIME

[13] L'Opposante a le fardeau de preuve initial de produire une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de chaque motif d'opposition. Une fois que l'Opposante s'est acquittée de ce fardeau, la Requérante doit s'acquitter du fardeau ultime d'établir, selon la prépondérance des probabilités, que les motifs d'opposition en question ne devraient pas faire obstacle à l'enregistrement de la Marque [*John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd* (1990), 1990 CanLII 11059 (CF), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst); *Dion Neckwear Ltd c Christian Dior, SA*, 2002 CAF 29, 20 CPR (4th) 155].

ANALYSE

Motifs d'opposition rejetés sommairement : non-conformité de la Demande à l'article 30 de la Loi

Motif fondé sur l'article 30a) – les Produits ne sont pas décrits dans les termes ordinaires du commerce

[14] L'Opposante a fait valoir que la Demande ne contient aucun état déclaratif, dans les termes ordinaires du commerce, des produits en liaison avec lesquels on projette d'employer la Marque. L'Opposante n'a fait que répéter le libellé de la Loi et n'a pas fourni d'autres précisions. Même si je considérais ce motif comme suffisamment étayé, il serait rejeté parce que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve à cet égard, puisqu'aucun des éléments de preuve de l'Opposante ne vise ce motif et que l'Opposante n'a présenté aucun argument concret à l'égard de ce motif.

Motif fondé sur l'article 30b) – aucun emploi de la Marque par la Requérante

[15] L'Opposante a fait valoir que la Requérante n'a pas employé la Marque en liaison avec une partie ou la totalité des produits (1), (3), (4) et (5) à la date de premier emploi revendiquée indiquée dans la Demande. Il n'y a aucun argument concret ou preuve au dossier à l'appui de cette allégation ou qui remet en question les dates de

premier emploi revendiquées par la Requérante. Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 30*b*) de la Loi est également rejeté.

Motif fondé sur l'article 30*e*) – aucun emploi projeté de la Marque par la Requérante

[16] L'Opposante a fait valoir que la Requérante a fait à tort la déclaration selon laquelle elle avait l'intention d'employer la Marque à la date de production de la Demande à l'égard d'une partie ou de la totalité des produits (2) et (6), alors qu'en fait, la Marque était déjà employée. Encore une fois, il n'y a aucun argument concret ou preuve au dossier à l'appui de cette allégation. Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 30*e*) de la Loi est également rejeté.

Motif fondé sur l'article 30*i*) – la Requérante avait connaissance des Marques de commerce de l'Opposante

[17] L'Opposante a fait valoir que la Requérante avait ou aurait dû avoir connaissance de chacune des Marques de commerce de l'Opposante qui ont été enregistrées ou employées antérieurement à toute date de premier emploi de la Marque ou de la Demande d'enregistrement de la Marque par la Requérante, et avec laquelle la Marque crée de la confusion.

[18] L'article 30*i*) de la Loi exige simplement que le requérant inclue dans sa demande une déclaration portant qu'il est convaincu d'avoir droit d'employer la marque de commerce au Canada. Lorsque cette déclaration est fournie, un motif fondé sur l'article 30*i*) ne devrait être accueilli que dans des cas exceptionnels, comme lorsque la preuve atteste la mauvaise foi du requérant [*Sapodilla Co Ltd c Bristol Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC)]. La simple connaissance de l'existence de la marque de commerce d'un opposant ne suffit pas pour établir que le requérant ne pouvait pas être convaincu d'avoir le droit d'employer sa marque [*Woot, Inc c WootRestaurants Inc*, 2012 COMC 197]. Étant donné qu'il n'y a aucune preuve de mauvaise foi ou de circonstances exceptionnelles en l'espèce, ce motif d'opposition est également rejeté.

Motif fondé sur l'article 12(1)d) – non-enregistrabilité de la Marque

[19] L'Opposante a fait valoir que la Marque n'est pas enregistrable parce qu'elle crée de la confusion avec toutes les marques de commerce déposées comprenant les Marques de commerce de l'Opposante. J'ai exercé le pouvoir discrétionnaire du registraire pour confirmer si tous les enregistrements invoqués par l'Opposante sont en règle à la date d'aujourd'hui, qui est la date pertinente pour l'évaluation d'un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) [*Park Avenue Furniture Corp c Wickers/Simmons Bedding Ltd* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[20] Étant donné que l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve, la Requérante doit donc établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a aucune probabilité raisonnable de confusion entre la Marque et l'un ou l'autre des enregistrements invoqués par l'Opposante.

[21] À cet égard, j'insiste sur le fait que les enregistrements invoqués par l'Opposante doivent être examinés individuellement, et non collectivement en tant que « famille de marques », aux fins de l'évaluation de la probabilité de confusion avec la Marque. Toutefois, comme il en sera discuté ci-dessous, la preuve de l'existence d'une famille de marques est une circonstance pertinente dans chaque procédure. Cela dit, à moins d'indication contraire, je concentrerai mon analyse sur les enregistrements n° LMC368,410 et n° LMC347,855 de l'Opposante pour la marque de commerce JAGUAR DESIGN (la Marque JAGUAR DESIGN).

Test en matière de confusion

[22] Le test en matière de confusion est évalué comme une question de la première impression dans l'esprit du consommateur ordinaire plutôt pressé la vue de la marque du requérant, alors qu'il n'a qu'un vague souvenir des marques de commerce de l'opposant et qu'il ne s'arrête pas pour réfléchir à la question en profondeur, pas plus que pour examiner de près les ressemblances et les différences entre les marques [*Veuve Clicquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée*, 2006 CSC 23, au para 20].

[23] Par conséquent, l'article 6(2) de la Loi ne concerne pas la confusion entre les marques de commerce elles-mêmes, mais la confusion portant à croire que les produits ou les services provenant d'une source proviennent d'une autre source. En l'espèce, la question est essentiellement de savoir si un consommateur, qui a un souvenir imparfait de l'un ou l'autre des enregistrements invoqués par l'Opposante, qui voit les Produits de la Requérante en liaison avec la Marque, penserait qu'ils sont vendus par l'Opposante ou autrement proviennent de cette dernière, ou qu'ils sont autorisés, approuvés ou appuyés par l'Opposante.

[24] Lorsqu'il applique le test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles énoncées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir : a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; b) la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; et e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Cette liste n'est pas exhaustive; tous les facteurs pertinents doivent être considérés et un poids égal n'est pas nécessairement attribué à chacun [voir *Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22; *Veuve Clicquot*, précité; et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27, pour une discussion approfondie sur les principes généraux qui régissent le test en matière de confusion].

Caractère distinctif inhérent des marques de commerce et mesure dans laquelle elles sont devenues connues

[25] Les marques de commerce des deux parties possèdent un caractère distinctif inhérent, puisqu'aucune ne décrit un aspect des produits ou services des parties.

[26] Le caractère distinctif d'une marque de commerce peut être renforcé en la faisant connaître par sa promotion ou son emploi.

[27] Cela m'amène à examiner la preuve des parties sur ce point.

Preuve de l'Opposante

Affidavit Mitrione

[28] L'Affidavit Mitrione comprend 42 pages et 25 pièces, et couvre l'histoire des activités de l'entreprise de l'Opposante au fil des ans, y compris l'emploi de la marque JAGUAR « bien connue » de l'Opposante et des Marques de commerce de l'Opposante. Je ne résume ci-dessous que les parties de l'Affidavit Mitrione que je considère comme les plus pertinentes en ce qui a trait à la mesure dans laquelle la Marque JAGUAR DESIGN a été employée et promue. À cet égard, je note que M. Mitrione réfère souvent aux Marques LEAPER collectivement, et je ferai de même dans ma revue de son affidavit.

[29] M. Mitrione affirme que l'Opposante est un [TRADUCTION] « fabricant de berlines, de voitures sport et de véhicules utilitaires sport de luxe de renommée mondiale » et qu'il compte plus de 2 700 détaillants dans le monde, dont 41 au Canada [para 16; et Pièce B]. Il affirme que les véhicules de l'Opposante sont [TRADUCTION] « prestigieux, hautement valorisés et connus pour leur qualité et leur conception tout au long de leur histoire » [para 20], ce qui a conduit l'Opposante à remporter de nombreux prix au fil des ans pour ses véhicules JAGUAR [para 32 et 33; et Pièce H].

[30] M. Mitrione affirme qu'en plus d'être principalement un fabricant de véhicules, l'Opposante offre également des pièces pour véhicules, des services d'entretien et de réparation, des accessoires et des services financiers sous forme de financement de véhicules, ainsi qu'une vaste gamme de services non liés à des véhicules automobiles et de marchandises JAGUAR (comme : vêtements et accessoires vestimentaires, y compris polos, vestes et capuchons; porte-clés et breloques porte-clés; bagages, y compris sacs de transport, housses à costumes et porte-documents; parfum; lunettes de soleil; montres; tasses; portefeuilles; cahiers; étuis pour téléphones; et cadeaux allant de boutons de manchettes à des ouvre-lettres, en passant par des bouchons de bouteille et des étuis pour cartes de visite) [para 48, 78 et 79; et Pièces X et Y].

[31] M. Mitrione fournit les revenus annuels mondiaux de l'Opposante de 2012 à 2019, et affirme qu'entre 2005 et 2019, au moins 20 700 véhicules arborant les Marques LEAPER ont été vendus au Canada [para 47].

[32] M. Mitrione affirme que les Marques LEAPER sont largement employées par l'entreprise de l'Opposante depuis près de 80 ans et sont maintenant reconnues par le public comme étant étroitement liées à l'Opposante et à la marque JAGUAR. Plus particulièrement, il atteste que les Marques LEAPER figurent sur plusieurs éléments des véhicules de l'Opposante, y compris à l'arrière, sur le volant, sur système multimédia intégré et sur les appui-têtes des véhicules, et qu'elles ont été employées en liaison avec des pièces, la fabrication et la réparation de véhicules, ainsi que des produits et des services connexes, y compris les marchandises JAGUAR susmentionnées [para 5, 9, 24 à 31, et 76 à 81; et Pièces E, F, U, X et Y], comme le montrent certains des exemples ci-dessous :



LEAPER Device featured prominently on the back of JAGUAR vehicles





Prominent use of LEAPER Device on signage outside authorized retailer Coventry North Jaguar, located at 123 Auto Park Circle, Woodbridge, Ontario, Canada



[33] M. Mitrione affirme que l'Opposante a toujours reconnu l'importance de maintenir et d'accroître la visibilité et la valeur des Marques LEAPER et qu'elle a investi dans la publicité dans tous les types de médias [para 49]. Au Canada, les investissements en publicité de 2012 à 2017 dépassent 37 000 000 \$. Cette publicité comprend des magazines, des journaux, la télévision et des commandites [para 50]. La promotion de l'Opposante de ses marques de commerce comprend également la présence de l'Opposante sur Internet [para 63 à 67; et Pièces U et V], sa présence dans les médias sociaux [para 70], sa distribution de brochures et de guides [para 71 à 73], sa participation à des salons de l'auto partout dans le monde, y compris au Canada [para 61 et 62], et sa [TRADUCTION] « longue relation distinguée » avec de nombreuses courses automobiles internationales, comme la course de renommée mondiale du

24 heures du Mans, le Rallye Monte Carlo et le Championnat du monde de voitures de sport, le Championnat du monde de Formule 1 de la FIA et les championnats de Formule E de la FIA [para 21, 52 et 53; et Pièces L, M, N, O et P]. M. Mitrione affirme que la participation de l'Opposante à la Formule 1 a exposé un grand nombre de consommateurs aux Marques LEAPER pendant plusieurs années, comme le montre l'exemple ci-dessous :



Jaguar Racing Formula 1 vehicle with striking JAGUAR & LEAPER mark on the profile of the air intake.

[34] M. Mitrione affirme que les Marques LEAPER ont également fait l'objet d'une visibilité considérable et très médiatisée auprès du grand public, grâce à de nombreux séries et programmes télévisés et à de nombreux films qui présentent un véhicule JAGUAR et qui ont été diffusés à l'échelle internationale, y compris au Canada [para 35 à 38; et Pièce I] et par des ambassadeurs de marque et des célébrités partout dans le monde, y compris, par exemple, par le champion canadien de tennis Milos Raonic [para 39 à 44; et Pièces J et K].

Preuve de la Requérante

Affidavit Montplaisir

[35] À titre de remarque préliminaire, je note que dans son affidavit, M. Montplaisir utilise souvent le pronom « je » pour décrire l'emploi et la promotion de la Marque. Compte tenu de la position et du rôle de M. Montplaisir dans l'entreprise de la Requérante depuis sa création, je suis disposée à accepter qu'il dût renvoyer à la Requérante, par opposition à M. Montplaisir en sa qualité personnelle. Je ne résume ci-dessous que les parties de l'Affidavit Montplaisir que je considère comme les plus

pertinentes en ce qui a trait à la mesure dans laquelle la Marque a été employée et promue.

[36] M. Montplaisir affirme que la Requête est spécialisée dans la conception et la vente de moteurs, de pièces et de démarreurs électriques de haute performance convenant aux véhicules récréatifs non routiers comme des motos hors route, des voitures de karting, des nacelles latérales pour motos, des motoneiges, des quatre-roues hors route et des tricycles hors route [para 5; et Pièces SM-1 et SM-5].

[37] En ce qui concerne l'emploi de la Marque, M. Montplaisir affirme qu'elle a été employée en liaison avec des [TRADUCTION] « pièces et accessoires de moteurs pour motos et véhicules à moteur; moteurs de motos et de véhicules à moteur; moteurs pour véhicules terrestres; motocyclettes; véhicules tout-terrain; autocollants » depuis aussi tôt que décembre 2015, et avec [TRADUCTION] « vêtements tout-aller, casquettes de baseball » depuis aussi tôt que décembre 2016 [para 7].

[38] M. Montplaisir affirme que la Marque figure sur tous les produits vendus et leur emballage, sur les factures, dans les comptes de médias sociaux de la Requête et directement sur les motos utilisées lors de courses lorsqu'elles sont équipées d'un moteur de la Requête [para 8 et; et Pièce SM-4], comme le montrent certains des exemples ci-dessous :



[39] M. Montplaisir affirme que les Produits de la Requête peuvent être achetés en ligne ou par l'entremise de détaillants tiers [para 9 et 10; et Pièces SM-5 et SM-6].

[40] M. Montplaisir affirme que la Requêteurante ou un représentant de celle-ci a participé à différents événements locaux dans la province de Québec pour promouvoir la Marque, lesquels étaient tous liés à la course [para 11, 12 et 18; et Pièces SM-7 et SM-13]. La Requêteurante a également conclu quelques contrats de promotion et de représentation avec des tiers pour la promotion des produits de la Requêteurante par l'entremise de leurs comptes de médias sociaux [para 14 à 17; et Pièces SM-9 à SM-12].

Conclusion concernant le premier facteur

[41] Conformément à mon examen de l'Affidavit Mitrione, la preuve de l'Opposante montre un emploi et une promotion étendus des Marques LEAPER au Canada en liaison principalement avec les véhicules automobiles JAGUAR de l'Opposante, en fournissant d'importants chiffres de ventes et de publicité remontant à 2005 et à 2012, respectivement. Étant donné que M. Mitrione affirme que chaque véhicule vendu au Canada arborait au moins une des Marques LEAPER, et que tout au long de la preuve volumineuse produite par l'Opposante, la Marque JAGUAR DESIGN figure en effet sur la plupart des documents produits en preuve, je conclus raisonnablement que la Marque JAGUAR DESIGN, voire toutes les Marques LEAPER sont devenues bien connues au Canada en liaison principalement avec les véhicules automobiles de l'Opposante. De plus, je note que la Requêteurante elle-même ne semble pas contester l'importance des Marques LEAPER dans l'industrie des voitures de luxe.

[42] De son côté, la Requêteurante a confirmé l'emploi de la Marque au Canada depuis 2015 et a fourni la preuve qu'elle a fait la promotion de la Marque depuis au moins 2018, principalement dans le cadre de courses locales dans la province de Québec. Toutefois, en l'absence de chiffres de ventes ou de publicité, l'étendue des ventes de la Requêteurante et la pénétration des efforts de publicité de la Requêteurante demeurent très floues. Par conséquent, au mieux, je considère que la mesure dans laquelle la Marque est devenue connue est très limitée et semble se limiter aux personnes de l'industrie de la course dans la province de Québec.

[43] En résumé, ce facteur favorise sans équivoque l'Opposante.

Période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage

[44] Comme l'a noté la Cour d'appel fédérale « [p]ar rapport à une marque qui fait son apparition, une marque qui est employée depuis longtemps est présumée avoir fait une certaine impression à laquelle il faut accorder un certain poids » [*United Artists Corp c Pink Panther Beauty Corp*, [1998] 3 CF 534].

[45] Compte tenu de mon examen ci-dessus de l'Affidavit Mitrione et de l'Affidavit Montplaisir, ce facteur favorise également l'Opposante.

Genre des produits, services ou entreprises, et nature du commerce

[46] Pour évaluer le genre des produits, services ou entreprise et la nature du commerce, je dois comparer l'état déclaratif des produits de la Requérante avec l'état déclaratif des produits et services figurant dans le ou les enregistrements invoqués par l'Opposante [*Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF); *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd*, 1987 CanLII 8953, 19 CPR (3d) 3 (CAF)].

[47] Les enregistrements pour la Marque JAGUAR DESIGN visent des [TRADUCTION] « Automobiles et pièces et [accessoires] pour ceux-ci » et des [TRADUCTION] « Services d'entretien et de réparation d'automobiles » (LMC368,410), ainsi que des [TRADUCTION] « Lunettes, lunettes de soleil, montures de lunettes et pièces pour ce qui précède; étuis à lunettes » (LMC347,855). Je note que les autres enregistrements de marque de commerce invoqués par l'Opposante visent également des pièces pour véhicules, des services d'entretien et de réparation, des accessoires et des services financiers sous forme de financement de véhicules, ainsi qu'une vaste gamme de marchandises et de services non liés à des véhicules automobiles. Je reviendrai sur ce point plus tard au moment d'examiner les autres circonstances de l'espèce qui se rapportent à la famille de marques de commerce JAGUAR de l'Opposante.

[48] La Requérante soutient qu'il existe d'importantes différences dans le genre des produits et la nature des commerces des parties, ainsi que dans les établissements où sont vendus les produits, puisque les consommateurs ciblés sont différents et que les

produits de l'Opposante sont principalement des voitures de luxe, tandis que les Produits sont essentiellement des pièces et accessoires pour motos et véhicules tout terrain. À cet égard, la Requérante souligne que la Demande a été modifiée pour restreindre explicitement les Produits, en excluant les véhicules utilitaires sport, les camionnettes et les véhicules automobiles. La Requérante soutient également qu'il est impossible que les produits des parties soient vendus côte à côte. En toute déférence, je conclus que les observations de la Requérante ne sont pas convaincantes.

[49] Premièrement, il n'est pas nécessaire que les parties exercent leurs activités dans le même domaine général ou dans la même industrie générale, ou que leurs produits et services respectifs soient du même type ou de la même qualité, ou qu'ils soient vendus côte à côte pour qu'il y ait une probabilité de confusion. Comme l'indique l'article 6(2) de la Loi, la confusion peut survenir « que [l]es produits ou services soient ou non de la même catégorie générale ».

[50] Deuxièmement, malgré l'exclusion ajoutée dans l'état déclaratif des Produits, je conclus qu'il y a un certain chevauchement entre les produits (1) et (3) de la Requérante et les véhicules automobiles et les pièces et accessoires connexes de l'Opposante, en ce sens qu'ils comprennent tous des véhicules terrestres et leurs pièces. De même, je conclus qu'il y a un chevauchement distant entre les véhicules automobiles et les pièces et accessoires connexes de l'Opposante et les produits (2), puisque ces produits de la Requérante se rapportent (ou sont complémentaires) aux véhicules terrestres. En ce qui concerne les produits (4), (5) et (6), je note qu'ils comprennent essentiellement des articles de merchandising, qui sont accessoires aux principaux produits (3) de la Requérante. Par conséquent, je conclus qu'il y a un chevauchement distant entre ces produits et les produits dérivés de l'Opposante visés par l'enregistrement n° LMC347,855. Je reviendrai sur ce point au moment d'examiner la famille de marques de commerce JAGUAR de l'Opposante.

[51] Troisièmement, malgré l'exclusion contenue dans la Demande à l'égard de certains des Produits, il est possible que les produits respectifs des parties puissent emprunter des voies de commercialisation similaires. Comme l'a rappelé la Cour

suprême dans *Masterpiece*, précité, aux paragraphes 53 à 59, il ne faut pas perdre de vue la portée complète des droits conférés par l'enregistrement de marque de commerce demandé par la Requérante. Il faut s'attacher aux termes employés dans la Demande d'enregistrement de la Marque et sur ce que « l'enregistrement permettrait à [la Requérante] de faire, et non pas ce qu'elle fait actuellement ». Bien que l'emploi réel ne soit pas dénué de pertinence, « il ne doit pas non plus remplacer complètement l'examen d'autres emplois qui pourraient être faits en conformité avec l'enregistrement ».

[52] À cet égard, et comme l'a souligné l'Opposante à l'audience, les Produits de la Requérante pourraient potentiellement être vendus aux mêmes consommateurs et par des voies de commercialisation similaires. En effet, rien n'empêche la Requérante de cibler le marché des véhicules de luxe à l'avenir. Qui plus est, rien n'empêche la Requérante d'assister ou de participer aux mêmes événements internationaux de courses automobiles ou à des événements similaires que ceux auxquels assiste ou participe l'Opposante. En fait, la Pièce SM-14 jointe à l'Affidavit Montplaisir, que le déposant décrit comme une présentation des activités commerciales et des commerces de la Requérante qui ont entraîné des retombées pour les investisseurs, indique explicitement que la vision de la Requérante est de « Repousser les limites. Devenir un motoriste de classe mondiale spécialisé dans le sport motorisé. »

[53] En résumé, je conclus que les différences entre les produits et les voies de commercialisation des parties ne sont pas aussi marquées que le prétend la Requérante.

Degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent

[54] Le degré de ressemblance est souvent le facteur qui revêt le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion. Lorsque l'on tient compte de ce facteur, il est préférable de déterminer d'abord s'il y a un aspect de la marque de commerce qui est « particulièrement frappant ou unique » [*Masterpiece*, précité, au para 64].

[55] De plus, comme je l'ai déjà mentionné, il est bien établi dans la jurisprudence qu'une probabilité de confusion est une question de première impression et de souvenir imparfait. À cet égard, « [m]ême s'il faut examiner la marque comme un tout (et non la disséquer pour en faire un examen détaillé), il est tout de même possible d'en faire ressortir des caractéristiques particulières susceptibles de jouer un rôle déterminant dans la perception du public » [*Pink Panther Beauty Corp c United Artists Corp* (1998), 80 CPR (3d) 247 (CAF), au para 34].

[56] Étant donné que l'élément figuratif d'un jaguar qui constitue la Marque JAGUAR DESIGN et chacune des Marques LEAPER est pratiquement le même, les observations concernant le degré de ressemblance présentées par les deux parties (qui sont discutées ci-dessous) s'appliquent à toutes les Marques LEAPER, et non seulement à la Marque JAGUAR DESIGN.

[57] L'Opposante soutient que le dessin du félin qui constitue les Marques LEAPER et la Marque partage plusieurs éléments, comme les yeux fixés, le mouvement similaire de rugissement de la bouche, le profil latéral, les oreilles complètement penchées vers l'arrière, le cou de l'animal caractérisé par une extrémité arrière en pointe et l'attitude générale du félin. À cet égard, l'Opposante souligne qu'il n'est pas possible de déterminer le type précis de félin représenté dans la Marque, par exemple, s'il s'agit d'une panthère ou d'un jaguar, ajoutant qu'il n'est pas possible en fait de distinguer une panthère d'un jaguar noir. De plus, l'Opposante soutient que l'élément [TRADUCTION] « [d']engrenage » qui constitue la Marque n'est qu'un [TRADUCTION] « ajustement » du dessin et ne devrait pas être considéré comme une caractéristique dominante de la Marque.

[58] À l'inverse, la Requérante soutient que son dessin-marque est très différent de chacune des Marques LEAPER de l'Opposante. Elle soutient que divers éléments de son dessin-marque le distinguent des Marques LEAPER de l'Opposante. Plus particulièrement, la Requérante décrit le félin dans les Marques LEAPER comme étant élégant, allongé et mince, tandis que le félin dans la Marque a un visage plus arrondi, un engrenage à la place du cou et plus de détails dans le museau et la crinière. À cet

égard, la Requérante soutient que le type de félin représenté dans la Marque n'est pas nécessairement un jaguar et que l'élément d'engrenage est une caractéristique dominante de la Marque. En toute déférence, je conclus que les observations de la Requérante ne sont pas convaincantes.

[59] À mon avis, l'approche de la Requérante ne tient pas compte de la Marque dans son ensemble, comme première impression. En effet, je conclus que la Requérante divise les marques des parties dans leurs éléments et analyse leurs différences de façon détaillée. Je suis plutôt d'accord avec l'Opposante que l'impression générale de la Marque est la même que celle de chacune des Marques LEAPER de l'Opposante, puisque les félins présentent la même attitude et que leurs têtes ont la même apparence générale. Par conséquent, je suis d'accord avec l'Opposante que l'élément d'engrenage n'est pas un élément dominant de la Marque et qu'il ne permet guère de distinguer de façon importante la Marque des Marques LEAPER de l'Opposante.

[60] Par souci de clarté, j'ajouterai à cet égard que, bien que l'élément nominal JAGUAR qui constitue chacune des marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device soit également dominant par rapport à l'élément figuratif d'un jaguar qui figure dans celles-ci, cela ne change pas les similitudes globales qui existent entre chacune des marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device et la Marque, puisque, comme l'a souligné à juste titre l'Opposante, il n'est pas possible de déterminer le type précis de félin représenté dans la Marque, par exemple, s'il s'agit d'une panthère ou d'un jaguar. Cela dit, et comme en a fait allusion l'Opposante à l'audience, cette analyse aurait peut-être pu être différente si la Marque avait inclus l'élément nominal PANTHERA.

[61] En résumé, je conclus qu'il existe un certain degré de ressemblance entre la Marque et chacune des Marques LEAPER de l'Opposante.

Autres circonstances de l'espèce

État du registre

[62] La preuve de l'état du registre n'est pertinente que dans la mesure où elle permet de faire des déductions quant à l'état du marché [*Ports International Ltd c Dunlop Ltd*, 1992 CarswellNat 1431 (COMC); et *Welch Foods Inc c Del Monte Corp*, 1992 CarswellNat 178 (CF 1^{re} inst)]. Des déductions quant à l'état du marché ne peuvent être tirées de cette preuve que si un grand nombre de marques de commerce pertinentes sont trouvées [*Kellogg Salada Canada Inc c Maximum Nutrition Ltd* (1992), 43 CPR (3d) 349 (CAF); *McDowell c Laverana GmbH & Co KG*, 2017 CF 327, aux para 41 à 46]. Les marques de commerce pertinentes comprennent celles qui : (i) sont déposées ou autorisées et fondées sur l'emploi; (ii) concernent des produits et services similaires à ceux visés par les marques en cause; et (iii) comprennent l'élément en cause en tant qu'élément important [*Sobeys West Inc c Schwan's IP, LLC*, 2015 COMC 197].

[63] La Requérante s'appuie sur la preuve fournie dans l'Affidavit Luc. La Pièce CL-1, jointe à l'Affidavit Luc, comprend le résultat d'une recherche dans la Base de données sur les marques de commerce canadiennes de l'OPIC, qui renvoie à une liste de 123 marques de commerce obtenues à l'aide des critères de recherche susmentionnés au paragraphe 10 de ma décision. Notamment, cette pièce ne fournit aucun renseignement sur les propriétaires des enregistrements ou des demandes d'enregistrement de marque de commerce qui y sont énumérés, ou sur les produits ou services précis visés par ces enregistrements ou demandes d'enregistrement.

[64] À l'audience, les deux parties ont renvoyé à cette liste et ont indiqué, en termes généraux, lesquelles de ces 123 marques de commerce pourraient être pertinentes en l'espèce. L'Opposante a soutenu que de cette liste, au plus trois enregistrements pourraient être pertinents, tandis que la Requérante a laissé entendre que 12 enregistrements étaient pertinents.

[65] En fin de compte, je suis d'accord avec l'Opposante que l'Affidavit Luc n'est d'aucune aide à la Requérante en l'espèce. Premièrement, malgré les observations des

parties à l'audience, je considère que la preuve de l'état du registre, tel qu'elle figure présentée dans l'Affidavit Luc, est incomplète en raison des renseignements manquants susmentionnés. À cet égard, j'ajouterai qu'il n'appartient pas au registraire de compléter les lacunes dans la preuve telle qu'elle a été présentée ou de confirmer l'exactitude des demandes et des enregistrements énumérés dans les résultats de la recherche à la date pertinente pour évaluer ce motif d'opposition. Deuxièmement, même si j'acceptais que l'existence de ces 3 ou 12 enregistrements constitue une circonstance de l'espèce qui favorise la Requérante, je ne suis pas disposée à lui accorder un poids important en raison du nombre relativement faible d'enregistrements pertinents trouvés et de l'absence de preuve d'emploi commun dans le marché de l'une ou l'autre de ces marques de commerce de tiers.

Famille de marques

[66] On ne peut pas présumer qu'il existe une famille de marques de commerce dans le cadre d'une procédure d'opposition. Une partie qui cherche à invoquer une famille de marques doit établir qu'elle emploie plus d'une ou deux des marques de commerce faisant partie de la famille alléguée [voir *Techniquip Ltd c Assoc olympique canadienne*, 1998 CanLII 7573 (CF); *Now Communications Inc c CHUM Ltd* (2003), 32 CPR (4th) 168 (COMC)].

[67] En l'espèce, même si la preuve fournie n'établit pas nécessairement l'emploi des marques de commerce LEAPER Device, des marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device et des Marques GROWLER (qui sont discutées ci-dessous) en liaison avec chacun des produits et services visés par leurs enregistrements respectifs qui ont été invoqués dans la déclaration d'opposition, je suis convaincue que l'Opposante a démontré l'emploi et la promotion des trois catégories de marques de commerce décrites à l'annexe A – les marques de commerce LEAPER Device, les marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device et les Marques GROWLER (ou leurs variantes acceptables [selon *Registraire des marques de commerce c Compagnie Internationale pour l'Informatique CII Honeywell Bull*, 4 CPR (3d) 523 (CAF); et *Nightingale Interloc c Prodesign* (1984), 2 CPR (3d) 535 (COMC)]) – au Canada en liaison avec au moins les véhicules automobiles JAGUAR de l'Opposante, ainsi qu'une gamme de marchandises

comme des vêtements, des bagages, des chapeaux, des lunettes, etc., ce qui en fait une famille de marques de commerce. À l'audience, l'Opposante a soutenu que les Marques de commerce de l'Opposante sont, en fait, non seulement employées en liaison avec les nombreux différents produits et services de l'Opposante, mais aussi à un mode de vie, comme en témoignent les diverses pièces portant sur des personnes célèbres et des événements liés de différentes façons aux véhicules automobiles JAGUAR de l'Opposante.

[68] Bien que l'Affidavit Mitrione mette l'accent sur les Marques LEAPER, le déposant renvoie également à la longue histoire de l'Opposante en ce qui a trait à l'emploi des Marques GROWLER au Canada et dans le monde en liaison avec les véhicules, les pièces de véhicules, la fabrication et la réparation de véhicules, et les produits et services connexes de l'Opposante.

[69] Plus particulièrement, l'Affidavit Mitrione démontre au moins que, en ce qui concerne les marques de commerce LEAPER Device et les marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device, les Marques GROWLER figurent sur les véhicules (principalement sur la grille avant) et sur des marchandises JAGUAR, comme des vêtements, des bagages, des anneaux porte-clés, des casquettes, des câbles d'alimentation, des étuis pour passeports, des portefeuilles, des câbles de recharge, des modèles réduits, des voitures-jouets pour enfants et des tasses de voyage [Pièces D, F, K, Q, R, T, U, W et Y], comme le montrent certains des exemples ci-dessous :





[70] M. Mitrione explique que les marchandises JAGUAR sont disponibles par l'entremise des détaillants autorisés de l'Opposante au Canada et peuvent également être achetées par l'entremise du site Web canadien de l'Opposante, situé à l'adresse <https://www.jaguar.ca/en/branded-goods/index.html> [para 79]. M. Mitrione fournit également les chiffres de ventes mondiales de marchandises vendues par l'entremise de détaillants et de sites Web, qui s'élevaient à plus de 2 000 000 £ (3 489 356 \$ CA) chaque année en 2015, en 2016 et en 2017 [para 80]. Bien qu'aucune ventilation pour le Canada ne soit fournie, je conclus qu'il est raisonnable de déduire, à la lumière d'une lecture juste de l'Affidavit Mitrione dans son ensemble, qu'au moins une partie des marchandises figurant dans la brochure « Lifestyle Collection » [collection mode de vie] de la Pièce Y ont été vendues au Canada.

[71] En résumé, je suis disposée à conclure que l'Opposante a démontré l'emploi d'une marque montrant un félin, tel qu'elle figure montrée dans sa famille de marques de commerce LEAPER Device, de marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device et de Marques GROWLER en liaison, du moins, non seulement avec les véhicules JAGUAR de l'Opposante, mais aussi avec une gamme de produits dérivés au Canada.

[72] Par conséquent, je considère qu'il s'agit d'une circonstance pertinente de l'espèce qui favorise l'Opposante.

Aucun cas de confusion

[73] Tant dans ses observations écrites qu'à l'audience, la Requérente a soutenu qu'il n'y avait aucun cas de confusion.

[74] Une conclusion négative concernant la probabilité de confusion peut être tirée lorsque la preuve d'emploi concurrent des marques de commerce des parties est significative et qu'aucune preuve de confusion n'a été fournie par l'opposant [*Christian Dior SA c Dion Neckwear Ltd*, 2002 CAF 29 (CanLII), 20 CPR (4th) 155, au para 19]. Compte tenu des imprécisions susmentionnées dans mon examen de l'Affidavit Montplaisir, je ne suis pas convaincue qu'il y ait une preuve d'emploi concurrent significative en l'espèce en ce qui a trait aux Produits de la Requérante. Par conséquent, je ne suis pas disposée à accorder un poids important à cette circonstance de l'espèce.

Défaut de l'examineur de mentionner les Marques de commerce de l'Opposante

[75] Dans ses observations écrites, la Requérante soutient que le fait que l'examineur n'ait mentionné aucune des Marques de commerce de l'Opposante à l'encontre de la Demande d'enregistrement la Marque appuie une conclusion selon laquelle il n'y a aucune probabilité de confusion. Cet argument n'aide pas la cause de la Requérante. Il suffit de dire qu'une décision rendue par la Section de l'examen ne lie pas la Commission et n'a aucune valeur de précédent pour la Commission, si ce n'est que parce que le fardeau de preuve et la preuve devant un examinateur diffèrent de ceux devant la Commission [voir *Thomas J Lipton Inc c Boyd Coffee Co* (1991), 40 CPR (3d) 272 (COMC), à la p. 277; *Proctor & Gamble Inc c Morlee Corp* (1993), 48 CPR (3d) 377 (COMC), à la p. 386].

Conclusion concernant la probabilité de confusion

[76] Compte tenu du degré de ressemblance entre la Marque et la Marque JAGUAR DESIGN, de la mesure dans laquelle la Marque JAGUAR DESIGN a été employée, de la période pendant laquelle Marque JAGUAR DESIGN a été en usage, du fait que les produits et les voies de commercialisation des parties peuvent se chevaucher, et du fait que l'Opposante a établi l'emploi d'une famille de marques de commerce comprenant le dessin d'un félin, comme le montrent les marques de commerce LEAPER Device, les marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device et les Marques GROWLER, en liaison avec, du moins, non seulement les véhicules JAGUAR de l'Opposante, mais

aussi une gamme de produits dérivés au Canada, la Requérante n'a pas démontré, selon la balance des probabilités, qu'un consommateur ordinaire qui voit la Marque en liaison avec les Produits ne conclurait pas, comme première impression et souvenir imparfait, que les Produits sont vendus par l'Opposante ou proviennent de cette dernière, ou qu'ils sont autorisés, approuvés ou appuyés par l'Opposante. En effet, je ne suis pas convaincue que la Requérante ait suffisamment distingué sa Marque de la Marque JAGUAR DESIGN établie par l'Opposante. Si la Marque avait inclus le mot PANTHERA, j'aurais pu en venir à une conclusion différente.

[77] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) est accueilli.

[78] Étant donné que l'Opposante a eu gain de cause à l'égard de sa Marque JAGUAR DESIGN, il n'est pas nécessaire d'examiner les autres enregistrements de marque de commerce invoqués à l'appui de ce motif.

Autres motifs d'opposition

[79] Étant donné que l'opposition est déjà accueillie en vertu du motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d), je considère qu'il n'est pas nécessaire de trancher les autres motifs d'opposition.

DÉCISION

[80] Conformément au pouvoir qui m'a été délégué en vertu de l'article 63(3) de la Loi, je rejette la Demande selon les dispositions de l'article 38(12) de la Loi.

Annie Robitaille
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Anne Laberge, trad. a.
Le français est conforme aux WCAG.

ANNEXE A

Détails des Marques de commerce de l'Opposante (enregistrements et demandes en instance), telles qu'invoquées dans la déclaration d'opposition

Marques de commerce LEAPER Device		
Marque de commerce	Numéro de demande et date de production	Numéro et date d'enregistrement
 JAGUAR DESIGN	1,865,498 (31 octobre 2017) (Je note que cette demande a donné lieu à l'enregistrement no LMC1,063,959 le 22 novembre 2019, soit après la production de la déclaration d'opposition. Toutefois, la déclaration d'opposition n'a pas été modifiée de façon à invoquer cet enregistrement.)	
<p>Services (classe Nice et état déclaratif)</p> <p>[TRADUCTION] 39 (1) Services de location de voitures avec chauffeur ainsi que crédit-bail et location de véhicules automobiles, d'installations d'entreposage de véhicules automobiles ainsi que de pièces et d'accessoires; organisation et offre de séjours, de safaris, de voyages et d'excursions de conduite hors route; services d'exploitation de circuits touristiques; organisation du transport de véhicules, de conducteurs et de passagers; agence de voyages, agence de tourisme ainsi que services d'information et de conseil sur le voyage; réservation de sièges et émission de billets de voyage; services de réservation de sièges, de couchettes et de billets; accompagnement de voyageurs, nommément offre de visites guidées de type safari, d'excursions hors route, de visites touristiques et de services de visites guidées et d'excursions, ainsi que tenue de visites guidées d'installations relatives aux véhicules automobiles et de cours de conduite; services de conduite de véhicules, nommément offre de directives routières personnalisées, organisation d'expéditions de conduite, organisation de journées d'expérience de conduite et de séjours de conduite, organisation d'expéditions d'aventure hors route, organisation d'expéditions de conduite de plusieurs jours; tenue de circuits touristiques en automobile; organisation de voyages pour des particuliers et des groupes; offre d'un site Web d'information sur le voyage; clubs de voyage; organisation d'excursions; organisation et tenue d'excursions et de circuits de conduite de véhicule automobile à des fins récréatives et de divertissement.</p> <p>[TRADUCTION] 41 (2) Cours de conduite et de conduite hors route de véhicules et enseignement connexe; offre de cours portant sur les techniques de conduite de véhicules à quatre roues et de conduite de course, la mécanique de véhicules automobiles terrestres, la lecture de cartes, la sécurité automobile et la responsabilité environnementale; services d'école de conduite; services de club, nommément services de club automobile; services de formation, d'enseignement et de divertissement, nommément participation à des courses de voitures de sport, à des événements sportifs ayant trait aux bateaux à moteur et à des événements de conduite de véhicules automobiles, ayant tous trait aux véhicules automobiles; organisation de compétitions et de tournois ayant trait à la conduite et à la course automobile; offre d'un site Web contenant des cours en ligne sur la conduite</p>		

<p>d'automobiles haute performance; tenue de visites guidées d'installations relatives aux véhicules automobiles ainsi que de cours de conduite; organisation et tenue d'évènements de conduite de véhicules automobiles à des fins récréatives et de divertissement; services de divertissement, nommément participation à des courses de voitures de sport; services de divertissement, nommément participation à des évènements de sports motorisés; offre de différentes installations pour divers évènements, compétitions et programmes de prix ayant trait aux sports automobiles.</p>		
 <p>JAGUAR DESIGN</p>	608,783	LMC368,410 (4 mai 1990)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Automobiles et pièces et [accessoires] pour ceux-ci. Services [TRADUCTION] (1) Services d'entretien et de réparation d'automobiles.</p>		
 <p>JAGUAR DESIGN</p>	523,274	LMC347,855 (10 novembre 1988)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Lunettes, lunettes de soleil, montures de lunettes et pièces pour ce qui précède; étuis à lunettes.</p>		
 <p>JAGUAR DESIGN</p>	304,868	LMC156,265 (5 avril 1968)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Véhicules terrestres à moteur.</p>		
<p>Marques de commerce JAGUAR & LEAPER Device</p>		
 <p>JAGUAR JAGUAR & DESIGN</p>	771,556	LMC465,114 (25 octobre 1996)
<p>Services [TRADUCTION] (1) Services de carte de crédit; services d'administration de comptes de chèques; services de crédit, fourniture de fonds pour ventes à crédit; services financement de contrats de location-vente; services de financement de contrats de crédit-bail; services de financement des entreprises.</p>		

 <p>JAGUAR & DESIGN</p>	643,399	LMC471,186 (18 février 1997)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Articles de toilette et fragrances pour hommes, nommément eau de toilette, lotion après-rasage, savon, désodorisants sous forme de bâtons et d'aérosol, gel pour la douche, shampooing capillaire, gel moussant à rasage, baume hydratant après-rasage.</p>		
 <p>JAGUAR & DESIGN</p>	581,257	LMC378,643 (25 janvier 1991)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Préparations de nettoyage et de polissage pour véhicules terrestres motorisés; outils manuels; bijoux, autres que montres, et leurs pièces et accessoires; livres, périodiques, revues et journaux; publications imprimées pertinentes aux automobiles, nommément listes de pièces de rechange et manuels d'entretien; cartes à jouer; étuis pour permis de conduire, étuis pour portefeuilles, étuis pour cartes d'affaires, ceintures, étuis pour cartes de crédit, étuis à clés, carnets d'adresses, carnets de notes, étuis pour passeports, étuis de beauté, étuis à documents, portefeuilles de poche, parasols, parapluies; raquettes de tennis, raquettes de badminton, raquettes de squash, balles de golf, tees de golf; cendriers.</p>		
 <p>JAGUAR & LEAPER DESIGN</p>	<p>1,928,375 (1^{er} novembre 2018)</p> <p>(Je note que cette demande a donné lieu à l'enregistrement n° LMC1,063,972 le 22 novembre 2019, soit après la production de la déclaration d'opposition. Toutefois, la déclaration d'opposition n'a pas été modifiée de façon à invoquer cet enregistrement.)</p>	
<p>Services (classe Nice et état déclaratif) [TRADUCTION] 36 (1) Services d'assurance, services financiers, nommément services de prêt commercial et de prêt à la consommation, règlement de factures, financement de crédit-bail de véhicules automobiles et traitement de demandes de prêt, services immobiliers, nommément financement de prêts pour concessionnaires automobiles, préparation de baux et de contrats de location pour l'immobilier, services financiers ayant trait à l'achat et à la location de véhicules, services financiers ayant trait à la location de véhicules au moyen d'un service d'abonnement relatif aux véhicules, services d'assurance automobile, services d'assurance automobile offerts aux membres d'un service d'abonnement relatif aux véhicules, services de réclamation d'assurance automobile, services de garantie, nommément offre de programmes de garantie dans le domaine des automobiles et services de garantie et de courtage d'assurance par l'offre de garanties prolongées pour automobiles, services de</p>		

cautionnement, nommément offre de garanties financières, services de location-vente et de crédit-bail, nommément financement de location avec option d'achat et services d'abonnement automobile, services de cartes de crédit, services de cartes de paiement prépayées, services de cartes de débit, commandite d'évènements culturels et de divertissement, commandite, programmes de commandite, nommément commandite de programmes éducatifs, humanitaires et de protection de l'environnement, commandite d'évènements sportifs, commandite de prix en génie, commandite d'émissions de télévision, de films, d'émissions de radio, de divertissement multimédia en ligne, nommément de tournois de jeux vidéo et de sports électroniques, commandite de services d'organisme de bienfaisance, financement de projets communautaires, services de collecte de fonds de bienfaisance, distribution de dons, nommément offre de subventions à des organisations sportives pour les jeunes, à des organisations éducatives, à des organisations humanitaires et à des organisations de protection de l'environnement, investissement dans des projets, nommément offre de services d'investissement de capitaux et de financement aux entreprises émergentes et aux nouvelles entreprises, ainsi qu'offre d'information, de consultation et de conseils ayant trait à tous les services susmentionnés.



1,860,992
(4 octobre 2017)

(Je note que cette demande a donné lieu à l'enregistrement n° LMC1,063,974 le 22 novembre 2019, soit après la production de la déclaration d'opposition. Toutefois, la déclaration d'opposition n'a pas été modifiée de façon à invoquer cet enregistrement.)

Produits (classe Nice et état déclaratif)

[TRADUCTION] 12 (1) Véhicules, nommément automobiles, camions, fourgons, véhicules utilitaires sport et véhicules tout-terrain, appareils de locomotion par voie terrestre, aérienne et/ou maritime, nommément bateaux et avions, véhicules automobiles sans conducteur, nommément voitures sans conducteur, véhicules automobiles autonomes, nommément voitures autonomes, voitures de course, camions, véhicules classiques remis en état, nommément automobiles, camions, fourgons, véhicules utilitaires sport et véhicules tout-terrain classiques remis en état, véhicules prêts à monter, nommément carrosseries de véhicule automobile en prêt-à-monter composées de pièces constituantes externes d'automobile, véhicules commerciaux, nommément fourgons et camions, véhicules électriques, nommément voitures électriques, véhicules hybrides, nommément voitures hybrides, véhicules militaires, nommément voitures blindées et chars d'assaut, véhicules d'urgence, de recherche et de sauvetage, nommément camions d'incendie, véhicules de police, voitures et ambulances, groupes motopropulseurs pour véhicules terrestres, moteurs pour véhicules terrestres, moteurs pour motos, moteurs pour vélos, moteurs pour voitures de course, remorques, accoudoirs pour sièges de véhicule, bagages spécialement conçus pour les coffres de véhicule, sacs, filets et plateaux de rangement intérieur spécialement conçus pour les véhicules, appuie-tête pour sièges de véhicule, volants, dispositifs de volant à commande vocale dotés de logiciels de commande vocale et de reconnaissance permettant aux utilisateurs de commander des fonctions de leur véhicule, nommément le verrouillage et le déverrouillage des portes du véhicule, le démarrage et l'arrêt du véhicule, ainsi que la direction du véhicule, leviers de commande pour véhicules, coussins gonflables, housses d'appuie-tête de véhicule, housses de protection pour rétroviseurs extérieurs et rabats pour miroirs de pare-soleil, housses de siège d'auto, housses pour volants de véhicule, housses

ajustées pour véhicules, tapis et revêtements de plancher formés ou ajustés pour véhicules automobiles, roues pour véhicules, roues en alliage, enjoliveurs de roue, jantes de roue, roues de secours, enjoliveurs, chapeaux de roue, housses de roue, pignons de roue, pneus, pneus d'automobile, pneus de vélo, chambres à air pour pneus, ailerons pour véhicules, housses pour véhicules, nommément housses de véhicule, sièges de véhicule, sièges de sécurité pour véhicules, ceintures de sécurité pour véhicules, harnais de sécurité pour véhicules, clignotants [à avertissement sonore] pour véhicules, dispositifs et équipement antiviol et de sécurité pour véhicules, nommément dispositifs antiviol pour voitures automobiles et coussins gonflables pour véhicules; grilles de calandre pour véhicules, panneaux de garnissage (carrosseries de véhicule), portes pour véhicules, vitres de véhicule, pare-brise de véhicule, verre pour vitres de véhicule, pare-brise, vitres de toit pour véhicules, toits vitrés pour véhicules, pare-chocs de véhicule, consoles centrales de véhicule vendues comme pièces de véhicule et comportant des interfaces électroniques, protecteurs jetables en papier pour tapis et sièges de véhicule, protecteurs jetables pour volants et roues, tous en pellicule ou en feuilles de polyéthylène ou de plastique, vélos, tricycles, ainsi que pièces et accessoires pour vélos, planches gyroscopiques électriques, planches gyroscopiques, scooters, quadricycles, monocycles, karts, poussettes et landaus motorisés ainsi que pièces et accessoires connexes, sièges de véhicule pour bébés, nourrissons et enfants, pare-soleil, porte-bagages de toit, porte-bagages et filets à bagages, porte-vélos, porte-planches à voile, porte-skis et chaînes à neige, tous pour véhicules, drones, véhicules aériens sans pilote, véhicules aériens personnels, nommément aéronefs à usage personnel, planches autoéquilibrantes, karts, aéroglisseurs, véhicules sous-marins, nommément véhicules de transport sous-marins télécommandés, véhicules hydropropulsés pour les sports nautiques, véhicules télécommandés, autres que les jouets, nommément automobiles, camions, fourgons, véhicules utilitaires sport et véhicules tout-terrain télécommandés.

 <p>JAGUAR JAGUAR & LEAPER DESIGN</p>	885,096	LMC573,782 (16 janvier 2003)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Bonnets de bain, maillots de bain, caleçons de bain, caleçons de bain, cache-maillots, dossards de ski, chaussures de ski, vestes de ski, gants de ski, pantalons de ski, costumes de ski, vestes, polos, shorts de gymnastique, bandeaux, tenues de jogging, polos, pulls d'entraînement, pantalons de survêtement, survêtements, chaussures de golf, pantalons de golf, gants de golf, tee-shirts, vêtements de tennis, survêtements, chapeaux, tenue d'équitation.</p>		
 <p>JAGUAR JAGUAR & LEAPER DESIGN</p>	865,773	LMC510,395 (6 avril 1999)
<p>Produits [TRADUCTION] (1) Montres; horloges; bijoux; pièces et accessoires pour toutes les marchandises susmentionnées. [TRADUCTION] (2) Articles pour fumeurs en métaux précieux et semi-précieux, nommément, étuis à cigarettes, cendriers et briquets; pièces et accessoires pour toutes les marchandises susmentionnées.</p>		

	864,293	LMC514,668 (17 août 1999)
---	---------	------------------------------

Produits

[TRADUCTION] (1) Livres; périodiques; revues et journaux; publications imprimées ayant trait aux sujets de l'automobile, notamment listes de pièces de rechange, manuels d'entretien et manuels d'instruction pour conducteur; papier à lettres; stylos; crayons; ornements de bureau; et cartes à jouer.

Marques GROWLER

 <p>GROWLER DEVICE</p>	<p>1,934,293 (5 décembre 2018)</p> <p>(Je note que cette demande a donné lieu à l'enregistrement n° TMA1,169,336 le 6 mars 2023, soit après la production de la déclaration d'opposition. Toutefois, la déclaration d'opposition n'a pas été modifiée de façon à invoquer cet enregistrement.)</p>	
---	--	--

Produits (classe de Nice et état déclaratif)

[TRADUCTION] 9 (1) Matériel informatique; ordinateurs de bord pour véhicules; ordinateurs pour la conduite autonome; systèmes électroniques de bord offrant de l'aide pour la conduite et le stationnement; systèmes électroniques de bord pour le freinage automatique; systèmes électroniques de bord pour rester sur la voie ou changer de voie en conduisant; systèmes de régulateur de vitesse pour véhicules; appareils de commande de la vitesse de véhicules; logiciels; logiciels multimédias interactifs; logiciels et matériel informatique pour automobiles; logiciels et matériel informatique pour véhicules; appareils de télémessure pour véhicules automobiles et moteurs; panneaux électriques; appareils, instruments et écrans de commande électriques; capteurs et détecteurs; systèmes de sécurité électroniques intégrés pour véhicules; systèmes de sécurité et d'aide à la conduite; lasers pour véhicules; appareils lidars pour véhicules; radars d'un véhicule; caméras pour véhicules; caméras de bord; caméras d'action; capteurs d'aide au stationnement et caméras de recul pour véhicules; instruments de mesure pour automobiles; appareils électroniques pour la collecte de mesures et la réception de données; logiciels, applications mobiles et équipement de transmission et de réception sans fil pour utilisation relativement à la conduite autonome et mains libres, dispositifs de sécurité automobile et dispositifs d'avertissement et d'alarme, systèmes d'alertes liées à la prévention des accidents et à la circulation; modules de commande de la conduite pour véhicules; systèmes d'aide aux conducteurs pour véhicules automobiles;

bornes de recharge de véhicules électriques; dispositifs et câbles électriques pour la recharge de véhicules électriques; batteries pour véhicules; accumulateurs, régulateurs de tension, antennes, batteries électriques et fixations; dispositifs antivols; détecteurs d'alarme; indicateurs; tableaux de bord et groupes d'instruments; odomètres; compteurs de vitesse; tachymètres; sondes de température; voltmètres; ampèremètres; dispositifs d'essai; détecteurs de proximité; disjoncteurs électriques; commutateurs; condensateurs électriques; connecteurs électriques; câbles électriques; fusibles électriques; boîtes de fusibles électriques; appareils et instruments de commande électriques pour véhicules automobiles et moteurs; détecteurs électriques; dispositifs d'extinction; indicateurs; verres pour lampes; circuits électriques imprimés; relais électriques; interrupteurs électriques; faisceaux de câbles électriques; dispositifs d'essai; appareils d'enregistrement, de transmission ou de reproduction de sons et d'images; télécommandes mécaniques pour moteurs; démarreurs à distance pour véhicules; avertisseurs lumineux de secours; systèmes d'avertissement d'urgence pour véhicules; dispositifs d'interface informatiques faisant partie intégrale d'un véhicule; écrans pour véhicules; systèmes d'affichage électroniques pour conducteurs de véhicule; équipement audio, audiovisuel ou de télécommunication; appareils de radiodiffusion; systèmes de divertissement audiovisuel de voiture; équipement de reproduction de sons; téléviseurs; radios; lecteurs de CD; haut-parleurs; casques d'écoute; assistants numériques personnels; ordinateurs tablettes; appareils multimédias; appareils et équipement MP3 ou MP4; disques durs mobiles; clés USB; étuis et supports pour téléphones mobiles, téléphones intelligents, ordinateurs, assistants numériques personnels, ordinateurs portatifs, ordinateurs blocs-notes; chargeurs pour téléphones mobiles, téléphones intelligents, ordinateurs portatifs et ordinateurs tablettes; téléphones; téléphones mobiles; micros-casques et accessoires pour téléphones mobiles et ordinateurs tablettes; dragonnes pour combinés téléphoniques; économiseurs d'écran pour téléphones et ordinateurs tablettes; dispositifs pour téléphones de voiture; supports d'enregistrement; équipement de signalisation en cas d'urgence routière; thermomètres; boussoles; calculatrices; appareils et instruments éducatifs et pédagogiques électroniques; appareils électriques et scientifiques pour la réparation et l'entretien de véhicules; aimants; mètres à ruban; articles de lunetterie, lunettes, lunettes de soleil, lunettes de conduite, lunettes de ski; étuis pour lunettes, lunettes de soleil et lunettes de ski; casques de conducteur; vêtements de protection pour pilotes de course; appareil, gants et vêtements de protection contre les accidents ou les blessures; lumières de sécurité à porter sur soi; système mondial de localisation (GPS); systèmes de navigation constitués d'émetteurs électroniques, de récepteurs, de circuits, de microprocesseurs, d'un téléphone cellulaire et d'un logiciel, tous pour la navigation et tous intégrés à un véhicule automobile; cartes électroniques téléchargeables; équipement de transmission et de réception sans fil; logiciels multimédias interactifs; connexions électriques; contrôleurs sans fil pour la surveillance et la commande à distance du fonctionnement et de l'état de systèmes électriques, électroniques et de signalisation, et de dispositifs mécaniques utilisés avec des véhicules et des moteurs de véhicules; appareils de communication pour la transmission et la réception de communications par l'entremise de véhicules; matériel informatique et logiciels pour le suivi du comportement d'un conducteur; capteurs, ordinateurs et émetteurs-récepteurs sans fil pour assurer la connectivité dans le véhicule, entre des véhicules, avec des téléphones cellulaires et avec des centres de données; matériel informatique et logiciels pour interfaces tactiles, audios et visuelles pour l'interaction avec les occupants d'un véhicule; équipement de transmission et de réception sans fil pour utilisation relativement à des ordinateurs distants pour automobiles pour le suivi, la surveillance et le diagnostic de l'entretien de véhicules et pour l'offre d'information sur l'entretien de véhicules aux conducteurs; logiciels d'application permettant aux conducteurs et aux passagers de véhicules de consulter, de visionner et de télécharger du contenu d'information et de divertissement et d'interagir avec celui-ci; logiciels téléchargeables et logiciels de bord

donnant aux utilisateurs un accès à distance et à bord d'un véhicule aux fonctions d'un véhicule motorisé et aux fonctions de sécurité du conducteur, de convenance, de communications, de divertissement et de navigation; appareils de diagnostic, en l'occurrence capteurs, détecteurs et sondes pour vérifier le fonctionnement du véhicule et diagnostiquer les problèmes électriques et mécaniques du véhicule; logiciels et applications logicielles permettant aux utilisateurs de repérer et de localiser des véhicules volés, de recharger des appareils électroniques ainsi que de stocker et de synchroniser des renseignements personnalisés sur l'utilisateur et le véhicule; modules d'interface électroniques pour interfaces de téléphone mobile avec ou sans fil et appareils multimédias électroniques dotés d'un système électronique pour véhicules automobiles; systèmes informatiques pour la commande automatisée de véhicules; applications mobiles téléchargeables; publications électroniques téléchargeables; publications électroniques; publications périodiques électroniques; logiciels d'application pour utilisation avec des véhicules; jeux informatiques, logiciels de jeux informatiques; bases de données, ensembles de données, fichiers de données et logiciels pour l'impression 3D; bases de données, ensembles de données, fichiers de données et logiciels pour la conception et la fabrication de répliques et de modèles réduits de véhicules ainsi que de pièces et d'accessoires connexes; logiciels de conception assistée par ordinateur (CAO) et fichiers de données; fichiers d'images téléchargeables; bases de données électroniques contenant des fichiers d'images; bases de données, ensembles de données, fichiers de données et logiciels ayant trait à des programmes d'autopartage; bases de données, ensembles de données, fichiers de données et logiciels ayant trait au comportement d'un conducteur de véhicule; simulateurs pour la simulation de la conduite de véhicules terrestres; modèles virtuels de véhicules et d'intérieurs de véhicules; logiciels et matériel de réalité virtuelle; logiciels et matériel de réalité augmentée; ainsi que pièces et accessoires pour les produits susmentionnés.

[TRADUCTION] 12 (2) Véhicules; véhicules automobiles; appareils de locomotion par voie terrestre, aérienne et maritime; véhicules terrestres; véhicules hors route; VTT; véhicules automobiles sans conducteur; véhicules automobiles autonomes; voitures de course; véhicules classiques remis en état; véhicules vendus en prêt-à-monter; véhicules commerciaux; véhicules électriques; véhicules hybrides; véhicules militaires; véhicules pour utilisation par les services d'urgence et les services de recherche et de sauvetage; groupes motopropulseurs pour véhicules terrestres; organes moteurs pour véhicules terrestres; moteurs pour véhicules terrestres; organes moteurs pour motos; moteurs pour motos; organes moteurs pour vélos; moteurs pour vélos; moteurs pour voitures de course; remorques; accoudoirs pour sièges de véhicule; bagages spécialement conçus pour les coffres de véhicule; sacs, filets et plateaux de rangement spécialement conçus pour l'intérieur des véhicules; tapis ajustés de diverses formes et revêtements de plancher pour véhicules; appuie-tête pour sièges de véhicule; housses d'appuie-tête de véhicule; revêtements protecteurs et décoratifs pour rétroviseurs latéraux; housses de siège d'auto; housses pour volants de véhicule; housses ajustées pour véhicules; roues pour véhicules; roues en alliage; enjoliveurs de roue; jantes de roue; roues de secours; enjoliveurs pour roues; chapeaux de roue; housses pour roues; pignons de roue; ailerons pour véhicules; housses pour véhicules; sièges pour véhicules; sièges de sécurité pour véhicules; ceintures de sécurité pour véhicules; harnais de sécurité pour véhicules; signaux de sécurité [avertisseurs sonores] pour véhicules; coussins gonflables pour véhicules; dispositifs et équipement antiviol et de sécurité pour véhicules; grilles de calandre pour véhicules; panneaux de garnissage pour carrosseries de véhicule; portes pour véhicules; vitres de véhicule; pare-brise de véhicule; verre pour vitres et pare-brise de véhicule; vitres de toit pour véhicules; toits vitrés pour véhicules; pare-chocs de véhicule; volants pour véhicules; consoles centrales de véhicule vendues comme pièces constitutives de véhicule terrestre comprenant des interfaces électroniques; vélos; tricycles; pièces et accessoires pour vélos; planches gyroscopiques; scooters; quadricycles;

monocycles motorisés; karts; poussettes et landaus, ainsi que pièces et accessoires connexes; sièges de bébé, de nourrisson et d'enfant pour véhicules; pare-soleil, supports de toit, porte-bagages et filets à bagages, porte-vélos, porte-planches à voile, porte-skis et chaînes à neige, tous pour véhicules; drones; véhicules aériens sans pilote; véhicules aériens personnels; aéroglisseurs; véhicules sous-marins; véhicules hydropropulsés pour les sports nautiques; véhicules télécommandés, autres que des jouets; ainsi que pièces et accessoires pour tous les produits susmentionnés.

Services (classe de Nice et état déclaratif)

[TRADUCTION] 37 (1) Entretien, réparation, révision, remise en état, restauration, nettoyage, peinture et polissage de véhicules automobiles terrestres, de drones, de véhicules aériens sans pilote, de machines de construction de génie civil, de machines de fabrication d'automobiles, de machines agricoles, de moteurs à combustion interne ainsi que de pièces et d'accessoires pour tous ces produits; application de produits de finition et de revêtements externes sur des véhicules; services de diagnostic et d'inspection, tous de véhicules automobiles ou de pièces et accessoires pour tous ces produits, ou de moteurs à combustion interne; services d'assemblage d'accessoires pour véhicules (services d'installation); services d'aide à la réparation de véhicules en panne; offre de service d'assistance routière d'urgence; réglage de moteurs et de véhicules automobiles; offre de services d'entretien et d'assistance pour la réparation de véhicules et d'information aux conducteurs concernant leurs véhicules; services d'entretien, de mise à niveau, de diagnostic et de réparation de systèmes électroniques de voiture ou de systèmes de divertissement de voiture; services de bornes de recharge pour véhicules électriques; recharge de batteries de véhicule; services de personnalisation d'automobiles; services de mise à niveau d'automobiles; information, consultation et conseils ayant trait à tous les services susmentionnés et l'approvisionnement en pièces de véhicules automobiles terrestres.



JAGUAR & DESIGN

304,867

LMC156,352
(11 avril 1968)

Produits

[TRADUCTION] (1) Véhicules automobiles terrestres et leurs parties, notamment volantes, enjoliveurs pour roues et signes pour grilles de calandres, et leurs accessoires, notamment étuis pour permis de conduire.



JAGUAR HEAD DESIGN

596,959

LMC353,037
(10 mars 1989)

Produits

[TRADUCTION] (1) Automobiles et leurs pièces et accessoires.

Comparutions et agents inscrits au dossier

DATE DE L'AUDIENCE : 2023-01-23

COMPARUTIONS

Pour l'Opposante : Kevin Sartorio

Pour la Requérante : Philippe Brouillette

AGENTS AU DOSSIER

Pour l'Opposante : Gowling WLG (Canada) S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Pour la Requérante : Brouillette Légal Inc.