



# Office de la propriété intellectuelle du Canada

## **LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE**

**Référence** : 2024 COMC 61

**Date de la décision** : 2024-03-27

**[TRADUCTION FRANÇAISE CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]**

## **DANS L'AFFAIRE D'UNE PROCÉDURE EN VERTU DE L'ARTICLE 45**

**Partie requérante** : Daniel & Associés

**Propriétaire inscrite** : Labatt Brewing Company Limited / La Brasserie  
Labatt Limitée

**Enregistrement** : LMC314,007 pour ROYAL BLUE

### **INTRODUCTION**

[1] La présente décision concerne une procédure de radiation sommaire engagée en application de l'article 45 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi) à l'égard de l'enregistrement n° LMC314,007 pour la marque de commerce ROYAL BLUE (la Marque).

[2] La Marque est enregistrée en liaison avec des boissons alcoolisées brassées.

[3] Pour les raisons qui suivent, je conclus que l'enregistrement doit être radié.

## **LA PROCÉDURE**

[4] À la demande de Daniel & Associés (la Partie requérante), le registraire des marques de commerce a donné l'avis prévu à l'article 45 de la Loi le 14 juin 2022, à Labatt Brewing Company Limited / La Brasserie Labatt Limitée (la Propriétaire), la propriétaire inscrite de la Marque.

[5] L'avis enjoignait à la Propriétaire d'indiquer, à l'égard de chacun des produits spécifiés dans l'enregistrement, si la Marque a été employée au Canada à un moment quelconque au cours des trois années précédant la date de l'avis et, dans la négative, qu'elle précise la date à laquelle la Marque a ainsi été employée en dernier lieu et la raison de son défaut d'emploi depuis cette date. En l'espèce, la période pertinente pour démontrer l'emploi est du 14 décembre 2019 au 14 décembre 2022.

[6] Les définitions pertinentes d'« emploi » en l'espèce sont énoncées à l'article 4 de la Loi comme suit :

4(1) Une marque de commerce est réputée employée en liaison avec des produits si, lors du transfert de la propriété ou de la possession de ces produits, dans la pratique normale du commerce, elle est apposée sur les produits mêmes ou sur les emballages dans lesquels ces produits sont distribués, ou si elle est, de toute autre manière, liée aux produits à tel point qu'avis de liaison est alors donné à la personne à qui la propriété ou possession est transférée.

4(3) Une marque de commerce mise au Canada sur des produits ou sur les emballages qui les contiennent est réputée, quand ces produits sont exportés du Canada, être employée dans ce pays en liaison avec ces produits.

[7] Lorsque la Propriétaire ne démontre pas l'« emploi », l'enregistrement est susceptible d'être radié ou modifié, à moins que le défaut d'emploi ne soit attribuable à des circonstances spéciales qui le justifient.

[8] En réponse à l'avis du registraire, la Propriétaire a fourni l'affidavit de sa directrice et co-directrice du contentieux, Pamela Sidey, souscrit le 14 mars 2023.

[9] Les deux parties ont produit des observations écrites et étaient toutes deux représentées à l'audience.

## **LA PREUVE**

### ***Remarque préliminaire concernant la marque de commerce en preuve***

[10] Avant d'entamer le résumé de la preuve, je note que, bien que la Marque soit enregistrée comme marque nominale, la marque de commerce en preuve montre l'ajout de « LABATT'S », comme reproduit ci-dessous :



[11] Par souci de commodité, je renverrai généralement à la Marque telle qu'elle figure dans l'aperçu de la preuve de la Propriétaire. La question de savoir si l'emploi de la marque de commerce en preuve constitue un emploi de la Marque telle qu'enregistrée sera abordée plus en détail ci-dessous.

### ***Aperçu de la preuve de la Propriétaire***

[12] M<sup>me</sup> Sidey affirme que la Propriétaire possède un portefeuille de marques de commerce, qui comprend la Marque, pour célébrer les institutions, les organisations et les jalons canadiens importants, et que la Propriétaire brasse des bières commémoratives depuis des décennies. Selon M<sup>me</sup> Sidey, la Propriétaire est très active dans la préservation de son héritage et de ses marques de commerce commémoratives, et [TRADUCTION] « continue de produire et de publier du contenu soulignant [sa] longue histoire d'hommage à ceux qui ont servi » [para 6 et 7]. À l'appui, elle fournit des images provenant du compte Instagram de la Propriétaire qui montrent des bières commémoratives portant des dessins-marques qui incluent le mot LABATT sur leurs étiquettes. Ces images montrent, par exemple, une canette de bière lancée en 2017 pour célébrer le 100<sup>e</sup> anniversaire de la bataille de la crête de Vimy et une bière lancée en 1994 pour commémorer le 50<sup>e</sup> anniversaire du jour J.

[13] En particulier, en ce qui concerne la Marque, M<sup>me</sup> Sidey affirme que la Marque figure sur les étiquettes apposées sur les bouteilles non standard de la Propriétaire, également connues comme étant des [TRADUCTION] « bouteilles tronquées ». Plus particulièrement, elle affirme que la Marque était au départ liée à une bouteille de bière

tronquée lancée en 1983 pour souligner le 100<sup>e</sup> anniversaire du Royal Canadian Regiment (la Bouteille du Régiment) [para 2 et 3]. À l'appui, M<sup>me</sup> Sidey reproduit trois captures d'écran provenant de la page Web Instagram de la Propriétaire qui montrent des publications contenant des images de la Bouteille du Régiment portant la Marque. Elle affirme que ces publications ont été faites à différentes dates [TRADUCTION] « au cours des quelques dernières années » (« *over the past couple of years* »). M<sup>me</sup> Sidey reproduit également une capture d'écran des archives en ligne de la Propriétaire à l'University of Western Ontario qui présente la Bouteille du Régiment. De plus, elle reproduit une photographie d'une Bouteille du Régiment, et ajoute que :

[TRADUCTION]

Bien que ce produit ne soit pas actuellement vendu dans les voies de commercialisation, [la Propriétaire] demeure en possession de produits physiques portant [la Marque], puisque nous conservons des bouteilles et/ou des cannes d'éditions spéciales de bières à des fins historiques, à des fins d'archivage et pour les collectionneurs [para 5].

[14] M<sup>me</sup> Sidey affirme que les bières commémoratives deviennent souvent des objets de collection. Elle ajoute que : [TRADUCTION] « Nous veillons à continuer de protéger notre capacité d'employer et de contrôler les marques de commerce employées sur celles-ci » [para 8]. Elle reproduit une capture d'écran, reproduite ci-dessous, qui présente une bouteille de bière tronquée commémorant le 60<sup>e</sup> anniversaire de l'Aviation royale canadienne en 1984 (la Bouteille de l'Aviation), accompagnée d'un tableau et d'informations. Elle décrit cette capture d'écran comme étant un exemple d'objet de collection [TRADUCTION] « sur un site Web pour passionnés d'histoire de la bière » : [www.stubby.ca](http://www.stubby.ca) (le Site Web Stubby).



[Previous Bottle](#)   [Next Bottle](#)

<b>BOTTLE: #</b>	131 of 284 bottles
<b>BREWERY:</b>	Labatt Brewing
<b>BRAND:</b>	Labatt's Blue
<b>YEAR:</b>	1984



Labatt's Royal Blue. Royal Canadian Air Force. RCAF 60 years, 1924 - 1984. Labatt Brewing Company Ltd., London, Vancouver, Edmonton, Saskatoon, Winnipeg, Toronto, Montreal, Saint John, Halifax, St. John's, Canada. Union Made. 341ml 5% alc./vol.

[15] M<sup>me</sup> Sidey concède que la Propriétaire n'a pas produit d'objets commémoratifs en liaison avec la Marque pendant la période pertinente. D'une part, elle affirme que la fabrication, le lancement et la commercialisation de produits commémoratifs en bouteilles [TRADUCTION] « nécessitent généralement des investissements considérables et de longs délais d'exécution » afin de se procurer des étiquettes personnalisées, de fabriquer des bouteilles tronquées et de planifier la production. D'autre part, elle affirme que l'industrie de la Propriétaire a été confrontée à des défis extraordinaires, puisque les voies de commercialisation clés, comme les restaurants et les bars, étaient confinées pendant la pandémie de COVID-19. À cet égard, elle affirme que la capacité de la Propriétaire à produire et à vendre ses produits commémoratifs a été réduite en raison de l'incertitude quant à leurs lieux de vente, à la période de vente et à la façon dont ils auraient été vendus pendant la pandémie. Elle ajoute que les types de rassemblements habituellement organisés pour lancer des produits commémoratifs étaient également interdits ou fortement restreints pendant cette période. Selon M<sup>me</sup> Sidey, les restrictions obligatoires du gouvernement ont limité la capacité de la

Propriétaire à déployer des initiatives de commercialisation qui auraient autrement été entreprises, y compris des lancements et des rassemblements [para 4 et 7].

[16] Enfin, M<sup>me</sup> Sidey affirme que la Propriétaire n'a pas l'intention d'abandonner la Marque et qu'elle entend continuer à honorer les régiments militaires canadiens. Elle affirme également que la Propriétaire est en train de renouveler l'enregistrement en cause en prévision de futures possibilités de commémoration, comme le 150<sup>e</sup> anniversaire du Royal Canadian Regiment et l'anniversaire d'autres institutions canadiennes [para 4 et 9].

### **RAISONS DE LA DÉCISION**

#### ***Remarques préliminaires concernant les faits qui ne sont pas en preuve***

[17] Dans ses observations écrites, la Partie requérante mentionne des faits qui ne sont pas en preuve. Plus particulièrement, elle soutient que 24 % des Canadiens âgés de 15 ans et plus ont déclaré avoir augmenté leur consommation d'alcool pendant la pandémie. Elle soutient également que la Propriétaire a vendu une bière commémorative par l'entremise de détaillants partout au pays en 2017 [para 24 et 25]. Ces observations seront écartées [*Ridout & Maybee LLP c Encore Marketing International Inc* (2009), 72 CPR (4th) 204 (COMC)].

#### ***Marque de commerce en preuve***

[18] La Partie requérante soutient que la marque de commerce « LABATT'S ROYAL BLUE » qui figure sur la Bouteille du Régiment n'est pas la Marque telle qu'enregistrée. Toutefois, comme il est expliqué ci-dessous, il n'est pas nécessaire pour moi de trancher cette question, puisqu'il n'y a aucune preuve que ce produit a été transféré pendant la période pertinente au sens de l'article 4 de la Loi.

#### ***Emploi de la Marque en liaison avec des boissons alcoolisées brassées***

[19] La Partie requérante soutient que l'affidavit ne présente pas des faits suffisants pour conclure à l'emploi de la Marque au Canada pendant la période pertinente. En particulier, elle soutient que le simple fait que la Marque est apposée sur les produits ou

qu'elle figure sur la page Web Instagram de la Propriétaire et sur le Site Web Stubby est insuffisant.

[20] Lors de l'audience, la Propriétaire a soutenu que, bien que les boissons alcoolisées brassées portant la Marque ne sont pas vendues, elles sont [TRADUCTION] « toujours en circulation ». Plus particulièrement, la Propriétaire soutient que le Site Web Stubby appuie la conclusion selon laquelle il y a eu des transferts sans but lucratif de la Bouteille de l'Aviation, et que, par conséquent, cet emploi de la Marque n'a pas cessé pendant la période pertinente [s'appuyant sur *Cosmetic Warriors Limited c Riches, McKenzie & Herbert LLP*, 2019 CAF 48 aux para 22 et 29; et *Deeth Williams Wall LLP c Eaton Corporation*, 2024 COMC 14].

[21] Bien que, dans le cadre de la procédure de radiation prévue à l'article 45, il ne soit pas nécessaire de produire une surabondance de preuves et qu'une preuve représentative puisse être fournie, le propriétaire inscrit doit tout de même établir une preuve *prima facie* d'emploi de sa marque de commerce en liaison avec chacun des produits spécifiés dans l'enregistrement [*John Labatt Ltd c Rainer Brewing Co* (1984), 80 CPR (2d) 228 (CAF); voir également *Diamant Elinor Inc c 88766 Canada Inc*, 2010 CF 1184]. Autrement dit, le registraire doit pouvoir se fonder sur une inférence tirée de faits prouvés plutôt que sur des spéculations pour satisfaire chaque élément requis par la Loi [*Diamant Elinor*, précitée, au para 11; voir également *Curb c Smart & Biggar*, 2009 CF 47].

[22] Il ressort clairement de la preuve de la Propriétaire que celle-ci n'a pas produit d'objets commémoratifs arborant la Marque pendant la période pertinente. Étant donné que les bouteilles du Régiment ont été conservées à des fins historiques, d'archives et de collection, je conclus que ce produit commémoratif n'a pas été vendu ni autrement transféré pendant cette période. En outre, bien que la Bouteille du Régiment ait pu être présentée sur la page Instagram de la Propriétaire pendant la période pertinente, il est bien établi que la présentation de la Marque dans la publicité n'est pas en soi suffisante pour établir l'emploi en liaison avec les produits visés par l'enregistrement [voir *Nissan Canada Inc c BMW Canada Inc*, 2007 CAF 255 au para 25].

[23] Cela m'amène à examiner l'observation de la Propriétaire selon laquelle la Bouteille de l'Aviation était [TRADUCTION] « toujours en circulation » au Canada pendant la période pertinente.

[24] D'abord, je ne suis pas en mesure de déduire de la preuve qu'il y a eu un transfert de la Propriétaire au propriétaire du Site Web Stubby, de sorte que l'emploi de la Marque n'a pas cessé pendant la période pertinente. En effet, rien sur le Site Web Stubby n'indique qu'il se rapporte à la période pertinente, et M<sup>me</sup> Sidey confirme qu'elle y a accédé après cette période. Par conséquent, je ne peux pas inférer que la Propriétaire a transféré, à des fins lucratives ou non, la Bouteille de l'Aviation au propriétaire du Site Web Stubby pendant la période pertinente.

[25] De plus, le Site Web Stubby ne fournit aucun chiffre ou ni aucun autre renseignement qui pourrait démontrer ou me permettre raisonnablement de déduire qu'un transfert a été effectué par l'entremise du Site Web Stubby au Canada ou à partir du Canada. À mon avis, le Site Web Stubby ne peut être vu que comme présentant la Bouteille de l'Aviation comme un objet de collection, ce qui à lui seul n'équivaut pas à un transfert, à des fins lucratives ou non, d'un tel produit au sens de la Loi. Sans autre preuve, cela s'apparente davantage à la présentation de la Marque sur une publicité, ce qui est insuffisant en soi [selon *Nissan*, précité].

[26] Quoi qu'il en soit, je ne peux pas inférer du Site Web Stubby que la Bouteille de l'Aviation était en circulation en vertu d'une licence pendant la période pertinente. À cet égard, j'estime que la déclaration de M<sup>me</sup> Sidey selon laquelle [TRADUCTION] « nous veillons à continuer de protéger notre capacité d'employer et de contrôler les marques de commerce employées sur les [objets de collection] » est floue et insuffisante pour conclure que tout emploi de la Marque sur le Site Web Stubby a été autorisé par la Propriétaire. En outre, même si j'acceptais que la Bouteille de l'Aviation ait été transférée en tant qu'objet de collection par l'entremise du Site Web Stubby, je n'aurais pas été convaincue que cet emploi était dans la pratique normale du commerce de la Propriétaire. Étant donné qu'il n'y a aucune preuve que la Propriétaire contrôlait la Marque, ou qu'elle était même au courant de cet emploi de la Marque dans le cadre de

transactions avec des tiers, aucun emploi n'aurait profité à la Propriétaire. En d'autres termes, un propriétaire inscrit ne peut pas démontrer l'emploi de sa marque de commerce par un « étranger » pour maintenir son enregistrement dans le cadre d'une procédure en vertu de l'article 45 [voir *Lindy c Canada (Registraire des marques de commerce)* (1981), 57 CPR (2d) 127 (CF 1<sup>re</sup> inst) au para 19, inf pour d'autres motifs, [1999] ACF n° 682 (CAF); et *Thor Tech, Inc c Hyundai Auto Canada Corp*, 2020 COMC 101 au para 19].

[27] Par conséquent, j'estime que la présente affaire se distingue des affaires invoquées par la Propriétaire, dans lesquelles une certaine preuve de transfert avait été présentée. Dans l'affaire *Cosmetic Warriors*, précitée, la preuve initialement produite devant le registraire comprenait des factures qui montraient des ventes au prix coûtant par le licencié de la propriétaire inscrite. En ce qui concerne l'affaire *Deeth Williams*, précitée, la preuve comprenait des captures d'écran montrant un bon de commande dans un chariot et des chiffres des ventes globaux de la filiale de la propriétaire inscrite, qui, ensemble, appuyaient une conclusion de transfert.

[28] Dans l'ensemble, je suis d'accord avec la Partie requérante que les éléments de preuve n'appuient pas la conclusion selon laquelle les produits commémoratifs ont été vendus ou autrement transférés au Canada ou à partir du Canada pendant la période pertinente. Je ne suis donc pas convaincue que la Propriétaire a démontré l'emploi de la Marque en liaison avec des boissons alcoolisées brassées au sens des articles 4(1), 4(3) et 45 de la Loi.

### ***Circonstances spéciales***

[29] Étant donné que la Propriétaire n'a pas démontré l'emploi de la Marque au Canada pendant la période pertinente, la règle générale veut que le défaut d'emploi soit sanctionné par la radiation de l'enregistrement. Toutefois, il peut y avoir une exception lorsque le défaut d'emploi est justifié par des circonstances spéciales [*Scott Paper Limited c Smart & Biggar*, 2008 CAF 129]. Les circonstances spéciales sont des circonstances ou des raisons qui sont de nature inhabituelle, peu courantes ou

exceptionnelles [*John Labatt Ltd c Cotton Club Bottling Co* (1976), 25 CPR (2d) 115 (CF 1<sup>re</sup> inst)].

[30] Pour déterminer si l'existence de circonstances spéciales a été établie, je dois d'abord déterminer pourquoi la Marque n'a pas été employée pendant la période pertinente. Ensuite, si je détermine que les raisons du défaut d'emploi constituent des circonstances spéciales, je dois encore déterminer si ces circonstances spéciales *justifient* le défaut d'emploi. Cette détermination repose sur l'examen de trois critères : (i) la période pendant laquelle la marque de commerce n'a pas été employée; (ii) la question de savoir si les raisons du défaut d'emploi étaient indépendantes de la volonté du propriétaire inscrit; et (iii) la question de savoir s'il existe une intention sérieuse de reprendre l'emploi de la marque à court terme [selon *Registraire des marques de commerce c Harris Knitting Mills Ltd* (1985), 4 CPR (3d) 488 (CAF); *Scott Paper*, précité; *NTD Apparel Inc c Ryan*, 2003 CFPI 780, 27 CPR (4th) 73].

#### Raisons du défaut d'emploi de la Marque

[31] La Propriétaire soutient que le défaut d'emploi de la Marque en liaison avec des boissons alcoolisées brassées est attribuable à la combinaison de deux raisons : (i) le contexte particulier de ses produits commémoratifs; et (ii) les restrictions gouvernementales liées à la pandémie. Selon la Propriétaire, la première raison peut être considérée comme une circonstance spéciale [TRADUCTION] « liée à la nature de la Marque ». En ce qui concerne la deuxième raison, elle soutient que la pandémie est tombée pendant la période pertinente.

#### Les circonstances justifieraient-elles le défaut d'emploi?

[32] En ce qui concerne la première raison, la Propriétaire soutient que le moment de la commémoration est dicté par l'événement à commémorer. Elle soutient également que la Marque est employée [TRADUCTION] « lorsqu'il est approprié de commémorer et de célébrer l'événement spécifique pertinent » [mon soulignement; observations écrites, aux pages 2 et 7].

[33] Toutefois, M<sup>me</sup> Sidey ne fournit aucun renseignement suggérant que le choix d'événements à commémorer par la Propriétaire est autre chose qu'une décision commerciale volontaire, qui ne constitue pas une circonstance spéciale au sens de la Loi. Par exemple, M<sup>me</sup> Sidey n'explique pas pourquoi il n'était pas possible d'organiser des commémorations plus fréquentes pour honorer des institutions militaires canadiennes ni pourquoi d'autres institutions ou événements n'auraient pas pu être célébrés pendant la période pertinente. En fait, il semble que la Propriétaire ait décidé d'employer sa Marque exclusivement pour commémorer des institutions militaires canadiennes.

[34] Autrement, M<sup>me</sup> Sidey affirme que le lancement de produits commémoratifs nécessite un investissement considérable et beaucoup de temps. Toutefois, elle ne fournit aucun autre détail. Par exemple, elle ne mentionne aucune difficulté inhabituelle liée à l'achat de bouteilles ou d'étiquettes personnalisées, ou tout type d'incident qui serait survenu dans le cadre du processus de fabrication et qui aurait empêché la Propriétaire d'employer la Marque à un moment quelconque.

[35] En l'absence de détails de la part de M<sup>me</sup> Sidey concernant les difficultés particulières de la Propriétaire à lancer des produits commémoratifs pendant la période pertinente, je ne peux conclure que cela constitue des circonstances inhabituelles, peu courantes ou exceptionnelles.

[36] Compte tenu de ce qui précède, le défaut d'emploi de la Marque pendant la période pertinente est probablement attribuable à l'absence d'une décision de commémorer une institution ou un événement canadien plutôt qu'à des difficultés liées au lancement de produits commémoratifs. En tant que telle, l'absence de décision de commémorer équivaut à une décision commerciale volontaire, ce qui n'est pas le type de raisons inhabituelles, peu courantes ou exceptionnelles de non-emploi qui constituent des circonstances spéciales [voir *John Labatt*, précitée].

[37] En ce qui concerne la deuxième raison, je note d'abord que M<sup>me</sup> Sidey ne fournit aucun détail concernant le moment où les effets de la pandémie sur les activités de la Propriétaire ont commencé et se sont terminés. Quoi qu'il en soit, j'estime qu'il est

raisonnable de conclure que la pandémie a entraîné des répercussions sur l'industrie de la bière et les activités de la Propriétaire de mars 2020 à la fin de la période pertinente.

[38] Bien que j'accepte que la pandémie pouvait perturber les activités de la Propriétaire, compte tenu de ma conclusion ci-dessus concernant la première raison, la pandémie à elle seule n'explique pas le défaut d'emploi de la Marque avant mars 2020. À cet égard, il a été jugé que les circonstances spéciales doivent s'appliquer à l'ensemble de la période pertinente [voir *Oyen Wiggs Green & Mutala LLP c Rath*, 2010 COMC 34; *PM-DSC Toronto Inc c PM-International AG*, 2013 COMC 15 au para 15; *Norton Rose Fulbright Canada LLP c Solomon Kennedy, exerçant ses activités sous le nom de Luv Life Productions*, 2019 COMC 22 au para 35; et *Supreme Brands LLC c Joy Group OY*, 2019 COMC 45 au para 31].

[39] En outre, je conclus que la déclaration de M<sup>me</sup> Sidey selon laquelle, n'eût été la pandémie, la Propriétaire aurait entrepris des initiatives de commercialisation, comme des lancements et des rassemblements, est insuffisante en soi. M<sup>me</sup> Sidey ne donne aucun exemple d'un rassemblement précédemment prévu qui aurait été annulé en raison des restrictions gouvernementales obligatoires. De plus, si la Propriétaire affirme qu'elle aurait employé la Marque pendant la période pertinente n'eût été la pandémie, la Propriétaire aurait dû être en mesure de fournir une certaine preuve des efforts déployés pour commencer un tel emploi, compte tenu de la déclaration de M<sup>me</sup> Sidey selon laquelle le lancement de produits commémoratifs exige un investissement significatif et beaucoup de temps. De plus, bien que la Propriétaire ait été en possession de Bouteilles du Régiment, M<sup>me</sup> Sidey précise qu'elles étaient conservées à des fins historiques, d'archives et de collection. Il s'ensuit que l'intention de la Propriétaire n'était pas de vendre les Bouteilles du Régiment lors de rassemblements pendant la période de pandémie.

[40] S'il y avait d'autres raisons expliquant pourquoi la Propriétaire n'aurait pas pu employer la Marque en liaison avec des boissons alcoolisées brassées au Canada pendant la période pertinente, ces raisons ne sont pas énoncées dans la preuve.

[41] Compte tenu de tout ce qui précède, je ne suis pas convaincue que la Propriétaire a démontré que les raisons du non-emploi constituent des circonstances spéciales.

[42] De plus, même si j'acceptais que les raisons de la Propriétaire puissent être considérées comme des circonstances inhabituelles, peu courantes ou exceptionnelles, je ne serais pas convaincue qu'elles justifient le défaut d'emploi.

[43] En ce qui concerne le premier critère, à savoir la période pendant laquelle la marque de commerce n'a pas été employée, lorsqu'un propriétaire inscrit n'a pas fourni une date de dernier emploi, le registraire peut considérer la date d'enregistrement comme la date pertinente aux fins de l'évaluation de la période de non-emploi [voir, par exemple, *Oyen Wiggs*, précitée]. En l'espèce, la Marque a été enregistrée le 9 mai 1986, soit plus de 33 ans avant la date à laquelle l'avis a été donné. Par conséquent, la période totale pendant laquelle la Marque n'a pas été employée est de plus de 36 ans. Cette longue période de non-emploi est défavorable à la Propriétaire.

[44] En ce qui concerne le deuxième critère, qui est essentiel pour conclure à l'existence de circonstances spéciales justifiant le non-emploi [selon *Scott Paper*, précité], le défaut d'emploi de la Marque du 14 décembre 2019 à mars 2020 est vraisemblablement attribuable à la décision commerciale volontaire de la Propriétaire de ne pas commémorer une institution ou un événement canadien, ce qui ne peut être considéré comme étant indépendant de sa volonté. De plus, en l'absence de détails supplémentaires sur les difficultés de production de la Propriétaire, je ne peux pas déterminer si ces circonstances constituent des difficultés qui étaient indépendantes de la volonté de la Propriétaire. En outre, même si j'acceptais que la pandémie fût indépendante de la volonté de la Propriétaire, il y aurait quand même eu une période de non-emploi d'environ 33 ans, ce qui représente une longue période. Par conséquent, selon l'affaire *Harris Knitting Mills*, précitée, je ne suis pas convaincue que la Propriétaire a démontré l'existence de circonstances qui étaient indépendantes de sa volonté.

[45] En ce qui concerne le troisième critère, j'estime que les déclarations de M<sup>me</sup> Sidey selon lesquelles la Propriétaire a renouvelé l'enregistrement en cause en prévision d'une commémoration en 2033 sont insuffisantes en soi. À cet égard, il a été jugé que l'intention de reprendre sous peu l'emploi doit être justifiée par des éléments factuels comme des bons de commande, ou, au moins, en indiquant une date précise de reprise [voir *NTD Apparel*, précitée; *Arrowhead Spring Water Ltd c Arrowhead Water Corp* (1993), 47 CPR (3d) 217 (CF 1<sup>re</sup> inst); *Lander Co Canada Ltd c Alex E Macrae & Co* (1993), 46 CPR (3d) 417 (CF 1<sup>re</sup> inst)]. Étant donné que M<sup>me</sup> Sidey n'indique que l'année, à savoir 2033, je conclus que la date de reprise n'est pas suffisamment précise et qu'elle est incertaine. En outre, la preuve est silencieuse en ce qui a trait à toute démarche concrète visant à reprendre l'emploi de la Marque dans un proche avenir.

[46] Enfin, je note que la Propriétaire soutient que, [TRADUCTION] « comme pour une antiquité, la valeur de la Marque est rehaussée par l'appréciation de l'histoire » [observations écrites de la Propriétaire, à la page 7]. Toutefois, la valeur d'une marque de commerce, ou l'achalandage lié aux produits, ne sont pas en cause dans une procédure en vertu de l'article 45. L'objet et la portée de l'article 45 de la Loi sont de fournir une procédure simple, sommaire et rapide pour débarrasser le registre du « bois mort ». Ce qui doit être déterminé dans la présente procédure est de savoir si suffisamment de faits ont été fournis pour conclure que la Marque a été employée, ou de savoir s'il existe des circonstances spéciales justifiant le défaut d'emploi. En l'espèce, la preuve ne me permet d'en arriver à aucune de ces conclusions.

## **DÉCISION**

[47] Par conséquent, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, l'enregistrement sera radié selon les dispositions de l'article 45 de la Loi.

---

Maria Ledezma  
Agente d'audience  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
Anne Laberge  
Félix Tagne Djom  
Manon Duchesne Osborne

# Comparutions et agents inscrits au dossier

**DATE DE L'AUDIENCE :** 2023-03-11

## **COMPARUTIONS**

**Pour la Partie requérante :** Madeleine Lamothe Samson

**Pour la Propriétaire inscrite :** Andrea Friedman-Rush

## **AGENTS AU DOSSIER**

**Pour la Partie requérante :** MLS Légal inc.

**Pour la Propriétaire inscrite :** Andrea Friedman-Rush (Blaney McMurtry  
LLP)