



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

Référence : 2014 COMC 89
Date de la décision: 2014-04-25

DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION produite par La Maison Simons Inc. à l’encontre des demandes d’enregistrement n^{os} 1,485,157 et 1,485,162 pour les marques de commerce figuratives ‘feuille verte Pantone (LMC 187116) 362 contour gris Pantone 110’ et ‘feuille sans couleur à l’intérieur contour gris Pantone (LMC187116) 110’ au nom de 4145275 Canada inc.

Introduction

1. 4145275 Canada inc. (la Requérante) a produit le 15 juin 2010 des demandes pour l’enregistrement des marques de commerce suivantes :

‘feuille verte Pantone (LMC187116) 362 contour gris Pantone 110’ telle que ci-illustrée :



demande n^o 1,485,157 (ci-après parfois référée Marque1); et

‘feuille sans couleur à l’intérieur contour gris Pantone (LMC187116) 110’ telle que ci-illustrée :



demande n° 1,485,162 (ci-après parfois

référée Marque2)

2. Les deux demandes sont fondées sur un emploi projeté en liaison avec :

Vêtements pour femmes, hommes et enfants nommément : camisoles, chandails, t-shirts, polos, shorts, jupes, jackets, pantalons, robes, chemises, blouses, bermudas, capris, manteaux de ville isolés et légers, cardigans, manteaux de sport isolés et légers, manteaux en système de couches très techniques, manteaux imperméables et semi-imperméables, pantalons isolés, pantalons de sport, sous-vêtements pour le sport, lingerie, boxers; - Chaussures pour femmes, hommes et enfants nommément : bottes, bottillons et souliers de ville non isolés et isolés, bottes, bottillons et souliers de sport et de marche non isolés et isolés, sandales de ville et sandales de sport et de marche, mules de ville et mules de sport et de marche; - Accessoires pour femmes, hommes et enfants nommément : foulards, tuques, bandeaux, passe-montagnes, gants, mitaines, lunettes, ceintures, boucles de ceintures, colliers, cols, bas, chaussettes, leggings, cagoules, sacs à dos, sacs à main, casquettes, chapeaux, visières; - Articles de plein air: bâches, bâtons de marche, bouteilles en aluminium (les Marchandises); et

Vente de vêtements, chaussures et accessoires de plein air et prêt-à-porter (les Services).

3. Ces demandes furent annoncées le 5 octobre 2011 dans le *Journal des marques de commerce* pour fins d’opposition.

4. La Maison Simons Inc. (l’Opposante), a produit le 5 mars 2012 une déclaration d’opposition dans chacun de ces dossiers. Les motifs d’opposition soulevés dans les deux oppositions sont ceux fondés sur les articles 30(i), 30(b), 30(e), 12(1)(d), 16(3)(a) et 2 de la *Loi sur les marques de commerces*, LRC (1985), ch T-13 (la Loi). Ils sont plus amplement décrits à l’annexe A de la présente décision. La Requérante a produit dans chacun des dossiers une contre-déclaration d’opposition identique niant tous et chacun des motifs d’opposition.

5. Dans chacun des dossiers :

- l'Opposante a produit l'affidavit de Mme Isabelle Gagné;
- la Requérante n'a produit aucune preuve;
- seule l'Opposante a produit un plaidoyer écrit; et
- aucune audience n'a été tenue.

6. Je devrai d'abord déterminer si l'Opposante a produit suffisamment de preuve pour supporter ses motifs d'opposition. Si c'est le cas, je devrai décider si chacun d'eux est bien fondé ou pas.

7. Dans chacun de ces dossiers, et pour les raisons plus amplement décrites ci-après, j'estime que l'Opposante ne s'est pas déchargée de son fardeau initial de preuve pour ce qui est des motifs d'opposition fondés sur les articles 30(i), 30(b) et 30(e) de la Loi. Elle s'est toutefois déchargée de son fardeau initial de preuve pour ce qui est des autres motifs d'opposition. Ces derniers sont accueillis partiellement car la Requérante n'a pas pu démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que l'emploi des Marque1 et Marque2 ne risquait pas de créer de la confusion avec la marque Dessin d'une feuille (telle que définie ci-après) de l'Opposante, sauf pour les articles de plein air : bâches, bâtons de marche, bouteilles d'aluminium; et la vente d'accessoires de plein air.

Fardeau de preuve

8. Dans le cadre de la procédure en matière d'opposition à l'enregistrement d'une marque de commerce, l'opposante doit présenter suffisamment d'éléments de preuve concernant les motifs d'opposition qu'elle soulève afin qu'il soit apparent qu'il existe des faits qui peuvent supporter ces motifs d'opposition. Si l'opposante se conforme à cette exigence, la requérante devra alors convaincre le registraire, selon la prépondérance de la preuve, que la marque de commerce est enregistrable [voir *Joseph Seagram & Sons Ltd c Seagram Real Estate Ltd* (1984), 3 CPR (3d) 325(COMC) et *John Labatt Ltd c Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3d) 293(CF 1^{re} inst)].

Remarques préliminaires

9. Compte tenu que la Requérante n'a produit aucune preuve ni aucun plaidoyer écrit, j'analyserai chacun des motifs d'oppositions en fonction de la preuve produite par l'Opposante tout en bénéficiant de son plaidoyer écrit. Cela ne veut pas nécessairement dire que je dois abonder dans le sens des prétentions de l'Opposante en l'absence d'arguments pouvant étayer la position contraire.

10. Les motifs d'opposition, la preuve et les plaidoyers écrits sont quasi-identiques dans les deux dossiers. Afin de faciliter la rédaction et la lecture de cette décision, je référerai : aux deux demandes d'enregistrement en employant le terme 'la demande'; aux deux procédures d'opposition en utilisant le terme 'l'opposition'; et aux Marque1 et Marque2 en employant le terme 'Marque', sauf indication contraire.

Motifs d'opposition rejetés faute de preuve

11. L'Opposante n'a produit aucune preuve pouvant soutenir les motifs d'opposition fondés sur les articles 30(b) et (e) de la Loi. Ils sont donc rejetés car l'Opposante ne s'est pas déchargée de son fardeau initial de preuve.

12. Quant au motif d'opposition fondé sur l'article 30(i), la Loi exige seulement que la Requérante se déclare convaincue d'avoir droit d'employer la Marque. Cette déclaration est comprise dans la demande. La soi-disant connaissance des marques de l'Opposante en raison de leur usage au cours des années n'est pas suffisante en soi pour soutenir un motif d'opposition fondé sur l'article 30(i) de la Loi. Cet article de la Loi peut être soulevé dans des cas bien particuliers dont en autre lorsque la déclaration de la requérante a été faite de mauvaise foi [voir *Sapodilla Co Ltd c Bristol Myers Co.* (1974) 15 CPR (2d) 152 (COMC)]. Ceci n'a été ni allégué, ni prouvé dans les présents dossiers. Ce motif d'opposition est donc également rejeté.

Motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)(d) de la Loi

13. La date pertinente pour analyser ce motif d'opposition est la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd* (1991), 37 CPR (3d) 413, à la page 424 (CAF)].

14. L'affidavit de Mme Isabelle Gagné, directrice de la publicité pour l'Opposante depuis 15 ans, contient des certificats d'authenticité pour les marques de commerce suivantes :



certificat d'enregistrement LMC232936 en liaison avec une longue liste de marchandises, incluant, entre autres, des vêtements pour dames et pour hommes; mules pour hommes et femmes; foulards et gants pour hommes et femmes; chapeaux pour hommes et femmes, casquettes, bandeaux; bijoux, ceintures pour hommes et femmes; lunettes de soleil, bas; sacs à main



certificat d'enregistrement LMC660718 (Dessin d'une feuille) en liaison avec une longue liste de marchandises, incluant, entre autres, des vêtements pour dames et hommes; souliers, pantoufles, mocassins, chaussures de course, chaussures de sport; lunettes pour la pratique de snowboard; sacs à bandoulières; et des services, entre autres, d'exploitation de magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, femmes et enfants et leurs accessoires;



certificat d'enregistrement LMC747064 (SIMONS & Dessin) en liaison avec une longue liste de marchandises, incluant, entre autres, des vêtements pour dames et hommes; souliers, pantoufles, mocassins, chaussures de sport; bonnets, casquettes, bandeaux; bas; bijoux; sacs à main; et des services, entre autres, d'exploitation de magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, femmes et enfants et leurs accessoires. La couleur est revendiquée comme caractéristique de cette

marque de commerce. La feuille est de couleur verte et le mot SIMONS est de couleur noire.

15. J'ai vérifié le registre et ces enregistrements sont toujours en vigueur. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau initial de preuve.

16. Je considère que l'Opposante a de meilleures chances de succès en comparant la Marque avec sa marque Dessin d'une feuille, enregistrement LMC660718. Si elle ne peut avoir gain de cause avec cet enregistrement, elle n'aurait guère plus de succès avec les autres enregistrements. Conséquemment, je concentrerai mon analyse sur cet enregistrement, sauf lorsqu'autrement indiqué.

17. Il incombe donc à la Requérante de prouver, selon la prépondérance des probabilités, que l'emploi de la Marque en liaison avec les Marchandises et Services ne risque pas de créer de la confusion avec la marque Dessin d'une feuille. Le test à appliquer pour trancher cette question est énoncé à l'article 6(2) de la Loi. Ce test ne concerne pas la confusion entre les marques elles-mêmes, mais plutôt la confusion quant à l'origine des marchandises et services. Ainsi je dois déterminer si un consommateur qui voit les Marchandises et les Services en liaison avec la Marque, croirait qu'ils proviennent de l'Opposante ou sont autorisés par cette dernière.

18. Je dois tenir compte de toutes les circonstances pertinentes, y compris celles énumérées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir : le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; le genre de marchandises, services ou entreprises; la nature du commerce; et le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Cette liste n'est pas exhaustive et il n'est pas nécessaire d'accorder le même poids à chacun de ces facteurs.

19. La Cour suprême du Canada dans l'arrêt de *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc et al* 2011 CSC 27 a interprété l'article 6(2) de la Loi et nous a éclairé sur la portée des différents critères énumérés à l'article 6(5) de la Loi.

Le caractère distinctif inhérent des marques et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues

20. La Marque consiste en un dessin n'ayant aucun rapport avec les Marchandises et Services lui étant associés. Les mêmes remarques s'appliquent à la marque de l'Opposante Dessin d'une feuille.

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

22. Par comparaison, Mme Gagné a produit la preuve suivante concernant l'emploi de la marque SIMONS & Dessin :

- photos de vêtements et accessoires portant une étiquette sur laquelle apparaît la marque SIMONS & Dessin soit : t-shirts, camisoles, vestons, chemises, vestes, bas, sous-vêtements, chandails, souliers, mocassins, bijoux, lunettes fumées, bonnets, foulards, gants et mitaines (pièces 2, 3 et 4 à son affidavit);
- photos d'étiquettes en tissu et d'emballages portant la marque SIMONS & Dessin employés par l'Opposante;
- photos de sacs réutilisables vendus en magasin et portant la marque SIMONS & Dessin;
- photo de cintres portant la marque SIMONS & Dessin servant à suspendre bon nombre de marchandises vendues en magasin et qui sont remis aux consommateurs sur demande lors d'achats de marchandises;
- photo d'une boîte à cadeaux portant la marque SIMONS & Dessin remises sur demande lors d'achats de marchandises durant la période des fêtes; et
- photo d'une carte de crédit et d'une enveloppe portant la marque SIMONS & Dessin.

23. Mme Gagné confirme que ces photos illustrent bien comment la marque SIMONS & Dessin a été employée par l'Opposante depuis au moins aussitôt que 1990 en liaison avec ces marchandises.

24. Il y a également une certaine preuve d'emploi de la marque Dessin d'une feuille :

- photo de papier de soie portant la marque Dessin d'une feuille;
- photos d'enseignes à l'intérieur des commerces de l'Opposante portant la marque Dessin d'une feuille;
- photo du tapis à l'intérieur des commerce de l'Opposante portant la marque Dessin d'une feuille;
- photo d'une carte d'affaires portant la marque Dessin d'une feuille;
- photo de papier d'emballage de marchandises portant la marque Dessin d'une feuille; et
- photos de sacs portant la marque Dessin d'une feuille.

25. Mme Gagné affirme que l'Opposante a fait la promotion des marques Dessin d'une feuille et SIMONS & Dessin. Ainsi l'Opposante a investi pendant les années 2000 à 2011 près de 90 millions de dollars. Mme Gagné a fourni le montant annuel investi au cours de ces années. Elle a produit un échantillonnage d'annonces parues dans des quotidiens tels que *La Presse*, *The Gazette* et *Le Soleil*. Je suis prêt à prendre connaissance judiciaire que les quotidiens *La Presse* et *The Gazette* sont distribués à Montréal et que *Le Soleil* est distribué dans la ville de Québec, mais sans plus [voir *Carling O'Keefe Breweries of Canada Ltd- Les Brasseries Carling O'Keefe du Canada ltée-Trading as Carling O'Keefe Breweries c Anheuser Busch, Inc* (1985), 4 CPR (3d) 216 (COMC)]. Chacune de ces annonces visent la promotion de vêtements et des magasins SIMONS en liaison avec la marque SIMONS & Dessin.

26. Mme Gagné a également produit des catalogues qui sont imprimés à plus de 630,000 copies par envoi qui sont postés à la clientèle de l'Opposante depuis 1993. Les catalogues produits remontent à la période 2003 à 2012.

27. Finalement, Mme Gagné affirme que depuis 2004 l'Opposante fait aussi la promotion de ses magasins et de ses marchandises sur son site Internet. Elle a produit des extraits de ce

site portant les dates du 26 mars 2010 et du 6 septembre 2012. La marque SIMONS & Dessin apparaît sur chacune des pages produites.

28. Toute cette preuve m'amène à conclure que la marque Dessin d'une feuille est intimement associée à l'Opposante tout comme l'est la marque SIMONS & Dessin. En effet des marchandises portant des étiquettes sur lesquelles nous retrouvons la marque SIMONS & Dessin sont emballées dans du papier de soie ou d'emballage portant la marque Dessin d'une feuille et placées dans des sacs portant la marque Dessin d'une feuille.

29. Par conséquent j'estime qu'un consommateur associerait l'origine de marchandises portant la marque SIMONS & Dessin à la même source que celle de marchandises portant la marque Dessin d'une feuille. D'ailleurs la portion graphique de la marque SIMONS & Dessin correspond à la marque Dessin d'une feuille. En raison des principes énoncés dans l'arrêt *Registrar of Trade Marks c Compagnie L'informatique CII Honeywell Bull, Société Anonyme et al* (1985), 4 CPR (3d) 523 (CAF) je considère donc l'emploi de la marque SIMONS & Dessin en liaison avec des marchandises comme un emploi de la marque Dessin d'une feuille.

30. Ainsi à la lumière de toute cette preuve, j'estime que la marque Dessin d'une feuille est connue au Canada en liaison avec des vêtements pour hommes et femmes et accessoires ainsi que pour les services d'exploitation de magasins de vente au détail de ces marchandises.

31. En conséquence les combinaisons de caractères distinctif inhérent et acquis des marques en cause favorise nettement l'Opposante.

La période pendant laquelle les marques ont été en usage

32. La preuve révèle que l'Opposante a employé la marque Dessin d'une feuille en liaison avec des vêtements pour hommes et femmes et accessoires ainsi que pour les services d'exploitation de magasins de vente au détail de ces marchandises depuis au moins 1990 alors que je n'ai aucune preuve de l'emploi de la Marque au Canada. Ce facteur favorise donc l'Opposante.

Le genre de marchandises et la nature du commerce

33. En considérant le genre de marchandises et services, et la nature du commerce, je dois comparer l'état déclaratif des marchandises et services couvert par la demande sous opposition avec l'état déclaratif des marchandises et services couvert par le(s) enregistrement(s) allégué(s) dans la déclaration d'opposition [voir *Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF); et *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd* (1987), 19 CPR (3d) 3 (CAF)].

34. Il est évident de par la description des Marchandises et Services qu'il y a chevauchement entre ces derniers et les marchandises et services décrits au certificat d'enregistrement LMC660718 sauf pour ce qui est des articles de plein-air de la Requérante : bâches, bâtons de marche, bouteilles en aluminium et la vente d'accessoires de plein-air.

35. Je n'ai aucune preuve de la nature du commerce de la Requérante. Je peux présumer que la nature de son commerce est la même ou semblable à celle de l'Opposante en raison du chevauchement qui existe entre les Marchandises et Services et ceux de l'Opposante.

36. Ces facteurs favorisent donc également l'Opposante, sauf pour les marchandises et services reliés aux activités de plein-air ci-haut mentionnés.

Le degré de ressemblance entre les marques

37. Je rappelle que la Cour suprême du Canada dans l'arrêt *Masterpiece, supra* a clairement indiqué que le degré de ressemblance entre les marques est le facteur le plus important parmi ceux énumérés à l'article 6(5) de la Loi.

38. Les deux marques consistent en des représentations de feuilles bombées à la pointe fourchue ayant la même forme. Il y a donc assez de similitudes visuelles entre la Marque et la marque Dessin d'une feuille. Il y a également des similitudes dans les idées que suggèrent ces marques soit une vague référence à l'environnement ou la flore.

39. Ce facteur favorise donc également l'Opposante.

Conclusion sur la probabilité de confusion

40. Le registraire doit se placer dans la position d'un consommateur ordinaire ayant un vague souvenir de la marque Dessin d'une feuille de l'Opposante et qui voit la Marque à une date ultérieure. Il doit déterminer, sur la base de la première impression, si ce consommateur risque de croire que les Marchandises et Services associés à la Marque proviennent de la même source ou sont autrement reliés ou associés aux marchandises et services vendus en liaison avec la marque Dessin d'une feuille.

41. À la lumière de l'analyse des facteurs énumérés à l'article 6(5) de la Loi, je conclus que la Requérante ne s'est pas déchargée de son fardeau de prouver, selon la prépondérance des probabilités, que la Marque ne risque pas de créer de la confusion avec la marque Dessin d'une feuille de l'Opposante lorsque la Marque est employée en liaison avec les Marchandises et Services, à l'exception des articles de plein-air : bâches, bâtons de marche, bouteilles en aluminium et la vente d'accessoires de plein-air.

42. Je tiens à souligner que même si j'avais conclu que l'emploi de la marque SIMONS & Dessin n'équivaut pas à l'emploi de la marque Dessin d'une feuille j'arriverais à la même conclusion au final. En effet, il y a au dossier une certaine preuve d'emploi de la marque Dessin d'une feuille en liaison avec des marchandises soit leur emballage (papier de soie, papier d'emballage et sacs). Mon analyse des autres critères tous favorables à l'Opposante, n'est pas affectée par cette conclusion. Cette conclusion sur l'emploi de la marque Dessin d'une feuille n'affecte que mon analyse du premier critère de l'article 6(5) de la Loi.

43. J'accueille donc en partie le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)(d) de la Loi.

Motifs d'opposition fondés sur l'article 16(3)(a) et absence de caractère distinctif de la Marque

44. Sous le motif d'opposition fondé sur l'article 16(3)(a) de la Loi, l'Opposante avait le fardeau initial de prouver l'emploi de ses marques avant la date de production de la présente demande d'enregistrement (15 juin 2010) [voir l'article 16(3) de la Loi]. Quant au motif d'opposition fondé sur l'absence de caractère distinctif de la Marque, l'Opposante devait démontrer que ses marques étaient suffisamment connues au Canada à la date de production de sa déclaration d'opposition (5 mars 2012) [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd and The Registrar of Trade Marks* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)]. La preuve de l'Opposante ci-haut décrite me permet de conclure que l'Opposante s'est déchargé de son fardeau initial de preuve relativement à ces deux motifs d'opposition.

45. Bien que ces motifs d'opposition doivent être examinés à des dates différentes que celle associée au motif d'opposition sous l'article 12(1)(d), ces différences dans les dates n'ont aucune incidence significative sur l'analyse des différents critères énumérés à l'article 6(5) de la Loi.

46. Sauf pour les articles de plein-air : bâches, bâtons de marche, bouteilles en aluminium et la vente d'accessoires de plein-air, je conclus, qu'aux dates pertinentes, la Requérante n'était pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque en vertu de l'article 16(3) de la Loi et que la Marque n'était pas distinctive au sens de l'article 2 de la Loi.

47. J'accueille donc également partiellement ces deux motifs d'opposition.

Disposition

48. En raison des pouvoirs qui m'ont été délégués par le registraire des marques de commerce en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je repousse les demandes d'enregistrement n^{os} 1,485,157 et 1,484,162 pour les Marque1 et Marque2 de la Requérante en ce qui concerne :

Vêtements pour femmes, hommes et enfants nommément : camisoles, chandails, t-shirts, polos, shorts, jupes, jackets, pantalons, robes, chemises, blouses, bermudas, capris, manteaux de ville isolés et légers, cardigans, manteaux de sport isolés et légers, manteaux en système de couches très techniques, manteaux imperméables et semi-imperméables, pantalons isolés, pantalons de sport, sous-vêtements pour le sport, lingerie, boxers; - Chaussures pour femmes, hommes et enfants nommément : bottes, bottillons et souliers de ville non isolés et isolés, bottes, bottillons et souliers de sport et de marche non isolés et isolés, sandales de ville et sandales de sport et de marche, mules de ville et mules de sport et de marche; - Accessoires pour femmes, hommes et enfants nommément : foulards, tuques, bandeaux, passe-montagnes, gants, mitaines, lunettes, ceintures, boucles de ceintures, colliers, cols, bas, chaussettes, leggings, cagoules, sacs à dos, sacs à main, casquettes, chapeaux, visières; et

Vente de vêtements, chaussures et prêt-à-porter.

et je rejette les oppositions aux demandes d'enregistrement n^{os} 1,485,157 et 1,484,162 pour les Marque1 et Marque2 de la Requérente en ce qui concerne:

Articles de plein air: bâches, bâtons de marche, bouteilles en aluminium; et

Vente d'accessoires de plein air.

le tout selon les dispositions de l'article 38(8) de la Loi [voir *Produits Ménagers Coronet Inc c Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH* (1986), 10 CPR (3d) 492 (CF1^{re} inst) à titre d'autorité pour une décision partagée].

Jean Carrière
Membre de la commission des oppositions
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Annexe A

Les motifs d'opposition peuvent se résumer ainsi :

1. La demande d'enregistrement n'est pas conforme aux exigences de l'article 30(i) de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (« Loi ») en ce que la Requérante avait ou aurait dû avoir connaissance, au moment de la demande d'enregistrement, des marques de l'Opposante de même que l'étendue de leur emploi et révélation au Canada par l'Opposante en liaison avec les marchandises et services de l'Opposante qui pré-datent la demande d'enregistrement. La Requérante ne pouvait donc être convaincue de son droit à l'emploi de la Marque au Canada en liaison avec les Marchandises et Services;
2. La demande d'enregistrement ne satisfait pas aux exigences de l'article 30(e) de la Loi en ce que la Requérante n'avait, au moment de la production de la demande d'enregistrement, aucune intention d'employer la Marque au Canada à titre de marque de commerce;
3. La demande d'enregistrement ne satisfait pas aux exigences de l'article 30(b) de la Loi en ce que la Marque était employée au Canada dans le cours normal du commerce antérieurement à la date de production de la demande d'enregistrement et aucune date de premier emploi n'y est indiquée;
4. La Marque n'est pas enregistrable car elle contrevient aux dispositions de l'article 12(1)(d) de la Loi car elle porte à confusion avec les marques déposées suivantes de l'Opposante :
 - SIMONS et Dessin (LMC747064)
 - Logo d'une feuille (LMC232936)
 - Dessin d'une feuille (LMC660718)
5. La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque eu égard aux dispositions de l'article 16(3)(a) de la Loi en ce que, à toute époque pertinente, elle crée de la confusion avec les marques de l'Opposante qui ont été largement employées et continuent de l'être au Canada par l'Opposante en liaison avec ses marchandises et services;
6. La Marque n'est pas et ne peut être distinctive au sens de l'article 2 de la Loi en ce que la Marque crée de la confusion avec les marques de l'Opposante qui ont été largement employées et révélées au Canada antérieurement à la date de production de la demande d'enregistrement en liaison avec les marchandises et services de l'Opposante.