



LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

Référence : 2020 COMC 26
Date de la décision : 2020-02-28
[TRADUCTION CERTIFIÉE NON RÉVISÉE]

DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION

**Olive Me Inc., Isabelle Ortiz Martinez
(née Fontaine), et une société de
personnes entre Isabelle Ortiz Martinez
(née Fontaine) et Yosberti Ortiz Martinez**

Opposante

et

1887150 Ontario Inc.

Requérante

1,738,663 pour Olive-Me & Co.

Demande

[1] 1887150 Ontario Inc. (la Requérante) a produit une demande d’emploi de la marque Olive-Me & Co. (la Marque) en liaison avec les huiles d’olive, le vinaigre aromatisé, le vinaigre de vin, au motif de son emploi de la Marque au Canada depuis 2013.

[2] Isabelle Ortiz Martinez (née Fontaine), son successeur en titre une société de personnes entre Isabelle Ortiz Martinez (née Fontaine) et Yosberti Ortiz Martinez et leur successeur en titre Olive Me Inc. (collectivement appelés l’Opposante), emploient la marque de commerce OLIVE ME depuis 1999 en liaison avec une entreprise d’oléiculture transformée exploitée à Edmonton. L’Opposante s’est principalement opposée à la présente demande au motif que la

marque de commerce Olive-Me & Co. crée de la confusion avec son emploi antérieur de sa marque de commerce en liaison avec des olives transformées.

[3] Pour les motifs qui suivent, je conclus que cette demande doit être refusée.

Le Dossier

[4] La Requérante a produit sa demande n° 1,738,663 le 23 juillet 2015.

[5] La demande a fait l'objet d'une annonce dans l'édition du 30 mars 2016 du *Journal des marques de commerce*.

[6] La déclaration d'opposition a été déposée le 25 août 2016. L'autorisation a été accordée de produire une déclaration d'opposition modifiée en date du 20 septembre 2017. La déclaration d'opposition modifiée soulève cinq motifs d'opposition en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi). Cette Loi a été modifiée le 17 juin 2019. Toutes les références renvoient à la Loi modifiée, à l'exception des références aux motifs d'opposition qui renvoient à la Loi telle qu'elle se lisait avant sa modification (voir l'article 70 de la Loi qui prévoit que le libellé de l'article 38(2) de la Loi s'applique aux demandes annoncées avant cette date).

[7] À l'audience, l'avocat de l'Opposante a reconnu qu'elle ne s'était pas acquittée de son fardeau de preuve relativement à ses motifs d'opposition aux articles 30*b*) et *i*) et a indiqué qu'elle ne poursuivait plus ces motifs. Si l'Opposante ne les avait pas reconnus, j'aurais rejeté ces motifs d'opposition, car l'Opposante n'a présenté aucun élément de preuve les concernant. Les motifs d'opposition restants peuvent se résumer comme suit :

1. La Requérante n'est pas la personne qui a droit à l'enregistrement de la Marque en vertu de l'article 16(1)*a*) de la Loi étant donné qu'à la date à laquelle la Requérante allègue avoir employé la Marque pour la première fois, soit 2013, la Marque créait de la confusion avec la marque de commerce OLIVE ME employée auparavant et révélée au Canada par les opposants ou l'un ou plusieurs d'entre eux en liaison avec les olives traitées depuis au moins 1999.

2. La Requérante n'est pas la personne qui a droit à l'enregistrement de la Marque en vertu de l'article 16(1)c) de la Loi étant donné qu'à la date à laquelle la Requérante allègue avoir employé la Marque pour la première fois, soit 2013, la Marque créait de la confusion avec le nom commercial OLIVE ME Inc., employé auparavant par les opposants ou l'un ou plusieurs d'entre eux en liaison avec les olives traitées depuis au moins 1999.
3. La Marque n'a pas de caractère distinctif, au sens de l'article 2 de la Loi, des produits de la Requérante et n'est pas adaptée pour distinguer ces produits étant donné que la Marque ne distingue pas les produits de la Requérante des produits des opposants ou l'un ou plusieurs d'entre eux en liaison avec lesquels la marque de commerce OLIVE ME a été employée et révélée par les opposants ou l'un ou plusieurs d'entre eux. Je fais remarquer que ce motif d'opposition faisait référence à l'emploi de la Marque par l'Opposante plutôt qu'à sa marque de commerce OLIVE ME. Étant donné que les deux parties à l'audience ont traité ce motif d'opposition comme étant fondé sur l'emploi par l'Opposante de sa marque de commerce OLIVE ME, je conclus que l'allusion à l'emploi de la Marque de la Requérante par l'Opposante est une erreur typographique.

[8] La Requérante a déposé et signifié une contre-déclaration réfutant tous les motifs d'opposition.

[9] À l'appui de son opposition, l'Opposante a produit l'affidavit d'Isabelle Ortiz Martinez (établi sous serment le 22 mars 2017). Le 24 juillet 2017, l'Opposante a demandé l'autorisation de déposer un affidavit modifié de Mme Ortiz Martinez (établi sous serment le 5 juillet 2017) avec des modifications minimales. Lors de la réception de la demande de l'Opposante, le registraire a écrit à la Requérante pour lui demander ses commentaires et l'informer que [TRADUCTION] « si aucune observation n'est reçue, il est probable que l'autorisation sera accordée ». Aucun commentaire n'a été présenté par la Requérante. Le 20 septembre 2017, le registraire a mis à jour la base de données pour tenir compte du fait que l'autorisation avait été accordée et a envoyé une lettre pour le confirmer. Cependant, il apparaît que les parties n'ont jamais reçu ladite lettre. À l'audience, j'ai confirmé qu'une autorisation pour la production du

deuxième affidavit est accordée en raison des modifications minimales et du fait que la Requérante n'avait formulé aucun commentaire. Tout au long de la présente décision, je ne ferai allusion qu'à l'affidavit de Mme Ortiz Martinez établi sous serment le 5 juillet 2017. Aucun contre-interrogatoire de Mme Ortiz Martinez n'a eu lieu. Seule l'Opposante a produit des observations écrites. Les deux parties ont comparu à l'audience.

Fardeau de preuve et fardeau ultime

[10] Avant d'examiner les motifs d'opposition, j'estime nécessaire de rappeler certaines exigences en ce qui concerne (i) le fardeau de preuve dont doit s'acquitter un opposant, soit celui d'étayer les allégations dans sa déclaration d'opposition et (ii) le fardeau ultime qui incombe au requérant, soit celui d'établir sa preuve.

[11] Pour ce qui est du point (i) susmentionné, un opposant doit s'acquitter du fardeau de preuve pour appuyer les faits sur lesquels il appuie les allégations invoquées dans sa déclaration d'opposition [*John Labatt Limited c The Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst.), p. 298]. Le fait qu'un fardeau de preuve est imposé à l'opposant signifie que, pour qu'une question précise soit prise en considération, il doit y avoir une preuve suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de cette question. Pour ce qui est du point (ii) susmentionné, un requérant doit s'acquitter du fardeau ultime de démontrer que la demande ne contrevient pas aux dispositions de la Loi comme le fait valoir un opposant (pour les allégations à l'égard desquelles l'opposant s'est acquitté de son fardeau de preuve). Le fait que le fardeau ultime incombe au requérant signifie que, s'il est impossible de parvenir à une conclusion déterminante une fois que toute la preuve est présentée, la question doit être tranchée à l'encontre du requérant.

Motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)a)

[12] L'Opposante a le fardeau de preuve initial d'établir l'emploi de sa marque de commerce OLIVE ME avant le 31 décembre 2013 (dans la demande, la date à laquelle la Requérante allègue avoir employé la Marque pour la première fois est 2013, cette date étant interprétée

comme étant le 31 décembre 2013) [*Khan c Turban Brand Products Ltd* (1984), 1 CPR (3d) 388 (COMC)] et qu'elle n'a pas abandonné cette marque de commerce à compter du 30 mars 2016 [voir les articles 16(1)a) et 16(5) de la Loi].

L'Opposante n'a pas à établir un certain niveau d'emploi ou la réputation acquise

[13] À l'audience, la Requérante a soutenu que, pour qu'une opposante puisse s'acquitter de son fardeau de preuve à l'égard d'un motif en vertu de l'article 16 fondé sur l'emploi antérieur, il y avait un seuil minimal ou *de minimis* d'emploi qui était exigé. Plus précisément, en plus d'établir l'emploi antérieur, l'opposant doit également établir la réputation acquise par la marque invoquée [*British American Bank Note Co c Bank of America National Trust & Saving Assn* (1983), 71 CPR (2d) 26 (C.F. 1^{re} inst.)].

[14] Le registraire a conclu par le passé que l'exigence d'établir la réputation convient le mieux en tant qu'exigence visant à établir que la marque de commerce d'une opposante a effectivement fonctionné en tant que marque de commerce et a été employée dans le but de distinguer les produits ou services d'une opposante de ceux des autres [*Dotmar Inc c Ottawa Perma-Coating Ltd* (1985), 3 CPR (3d) 302 (COMC), citée avec approbation dans *Merrill Lynch & Co c Banque de Montréal* (1996), 66 CPR (3d) 150 (CF 1^{re} inst.), au para 35]. Dans le cas d'une marque formée de mots descriptifs ou laudatifs, un opposant doit démontrer que la marque est reconnue dans une certaine mesure comme une marque de commerce [*Monem c Lingle*, 2016 COMC 49, aux para 35 à 37].

[15] Sous réserve de l'exigence susmentionnée concernant les marques de commerce formées de mots descriptifs ou laudatifs, il n'y a aucune norme d'emploi *de minimis* à démontrer par l'opposant pour s'acquitter de son fardeau en vertu de l'article 16. La Loi n'impose pas d'exigence de satisfaire à une norme du niveau d'emploi *de minimis* pour autant que les ventes invoquées sont conclues dans la pratique normale du commerce [*JC Penney Co Inc c Gaberdine Clothing Co Inc*, 2001 CFPI 1333, aux para 91 et 92] et qu'une opposante démontre que sa marque de commerce n'a pas été abandonnée [article 16(5) de la Loi]. Si la preuve d'emploi d'une opposante satisfait aux exigences de l'article 4 de la Loi et que l'emploi a lieu pendant la période pertinente, une opposante se sera acquittée de son fardeau de démontrer l'emploi antérieur aux fins d'une opposition fondée sur l'article 16(1)a) même si cette preuve se limite à

une seule vente ou un seul événement [7666705 *Canada Inc c 9301-7671 Québec Inc*, 2015 TMOB 150].

L'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve

[16] À l'audience, la Requérante a soutenu que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau parce que (i) la chaîne de titre n'est pas judicieusement prouvée; et (ii) les éléments de preuve de Mme Ortiz Martinez se limitent à des simples affirmations concernant les ventes et aucune preuve documentaire des ventes, telle que des factures, n'est produite. La Requérante a soutenu que les éléments de preuve de Mme Ortiz Martinez sont ambigus à l'égard de la chaîne de titres et des preuves des ventes et que les ambiguïtés doivent être résolues contre l'auteur de l'affidavit, comme l'indique *Plough (Canada) Ltd c Aerosol Fillers Inc* (1980) 53 CPR (2d) 62 (CAF).

[17] Dans son affidavit, Mme Ortiz Martinez explique qu'elle est [TRADUCTION] « responsable de tous les niveaux d'exploitation de l'entreprise, de l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies de commercialisation, jusqu'à la participation à des salons commerciaux, en passant par la production de ventes et la coordination des livraisons aux grossistes, et l'exploitation d'un magasin de détail et d'une usine de traitement des olives » (para 2).

[18] Mme Ortiz Martinez expose la chaîne de titre suivante dans son affidavit (para 1) [TRADUCTION] :

J'ai fondé une entreprise de traitement d'olives en 1999 sous le nom commercial et la marque de commerce OLIVE ME [...] De 1999 à environ 2014, j'ai été la propriétaire et utilisatrice unique de la marque OLIVE ME. De 2014 environ à ce jour, mon époux Yosberti Ortiz Martinez et moi-même avons constitué une société de personnes qui possédait et employait la marque OLIVE ME. De 2016 à ce jour, j'ai constitué une société appelée Olive Me Inc. en vue d'employer la marque OLIVE ME sous licence. [...]

[19] En l'absence de contre-interrogatoire ou de preuve contradictoire, je n'ai aucune raison de douter des déclarations établies sous serment de Mme Ortiz Martinez sur la chaîne de titres. En outre, puisque Mme Ortiz Martinez aussi bien que la société de personnes entre Mme Ortiz Martinez et Yosberti Ortiz Martinez sont désignées comme opposants, je ne peux conclure que le fait que les dates précises auxquelles la marque de commerce OLIVE ME a été cédée par

Mme Ortiz Martinez à la société de personnes entre Mme Ortiz Martinez et M. Ortiz Martinez posent un problème pour ce motif d'opposition.

[20] Je suis convaincue que les éléments de preuve de Mme Ortiz Martinez résumés ci-dessous sont suffisants pour s'acquitter du fardeau de preuve de l'Opposante :

1. Pour les ventes au détail, les olives traitées sont emballées principalement dans des contenants de 8, 16 et 32 onces portant la marque OLIVE ME, comme l'indique la photo et les étiquettes jointes en tant que Pièces C et D. Ces emballages ont été utilisés à partir de 2006 et par la suite (para 7).
2. Pour les ventes en gros, les olives traitées sont principalement vendues dans des seaux de 20 litres portant chacun la marque OLIVE ME. Ces olives sont généralement vendues par livre aux clients des épicereries.
3. Mme Ortiz Martinez donne les chiffres de vente qui suivent des olives vendues entre 2012 et 2015 (para 5).

2012	227 635 \$
2013	253 020,10 \$
2014	356 424,70 \$
2015	407 776,63 \$

Mme Ortiz Martinez explique que, depuis 2011, les ventes en gros représentent environ 70 % du volume des ventes.

[21] La preuve de Mme Ortiz Martinez concernant l'emballage représentatif, l'étiquetage et la vente d'olives traitées est suffisante pour s'acquitter du fardeau de preuve de l'Opposante. À l'audience, la Requérente a soutenu que la preuve produite par Mme Ortiz Martinez était insuffisante parce qu'elle a fourni de simples affirmations au sujet des ventes sans produire de preuves documentaires, telles que des factures. La Requérente a suggéré que ce fait rendait la preuve de Mme Ortiz Martinez ambiguë et que cette ambiguïté devrait être résolue à l'encontre

de l'Opposante, comme l'indique *Plough (Canada) Ltd.* Je ne souscris pas aux arguments de la Requérante. Les éléments de preuve de Mme Ortiz Martinez ne consistent pas de « simples affirmations », et je ne peux conclure qu'elles sont ambiguës lorsqu'elles sont considérées dans l'ensemble. Les attestations de vente de Mme Ortiz Martinez concordent plutôt avec les éléments de preuve de l'emploi de la marque OLIVE ME sur les cartes de visite depuis 1999 (para 11, Pièce G), les affiches sur les façades des magasins depuis 2006 (para 10, Pièce F), les photographies d'emballages et d'étiquettes employées depuis 2006 (para 7 et 8, Pièces C et D) et sur un menu depuis 2006 (para 12, Pièce I).

La Requérante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve

[22] Étant donné que je suis convaincue que l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de la preuve, je dois maintenant déterminer si la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime de prouver qu'il n'y a pas de risque raisonnable de confusion selon la prépondérance des probabilités.

Test en matière de confusion

[23] Le test à appliquer pour déterminer s'il y a confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. L'article 6(2) de la Loi indique que l'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques de commerce dans la même région serait susceptible de faire conclure que les produits liés à ces marques de commerce sont fabriqués, vendus, donnés à bail ou loués, ou que les services liés à ces marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces produits ou services soient ou non de la même catégorie générale ou de la classification de Nice.

[24] Dans l'application du test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles qui sont expressément énumérées 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; e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Il n'est pas nécessaire d'attribuer un poids égal à ces facteurs énumérés [voir, en général, *Mattel, Inc c 3 894 207 Canada Inc*, (2006),

49 CPR (4th) 321 (CSC); et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc* (2011), 92 CPR (4th) 361 (CSC)].

[25] À l'appui de sa demande, la Requérente soulève également plusieurs autres circonstances dont elle soutient qu'elles pèsent en faveur d'une conclusion qu'il n'existe pas de probabilité de confusion. J'examine ci-dessous chacune des circonstances énumérées à l'article 6(5) de la Loi ainsi que les circonstances supplémentaires soulevées par la Requérente.

Le caractère distinctif inhérent, la mesure dans laquelle la Marque est devenue connue et la période pendant laquelle elle a été en usage

[26] L'examen global du facteur de l'article 6(5)a), qui comporte une combinaison du caractère distinctif inhérent et acquis des marques de commerce des parties, et du facteur de l'article 6(5)b), à savoir, la période pendant laquelle la marque de commerce a été en usage favorise l'Opposante. En ce qui concerne le caractère distinctif inhérent, les marques des deux parties présentent dans une certaine mesure un caractère distinctif inhérent, en raison du jeu sur les mots employés dans les deux marques qui ressemblent à « all of me » [tout en moi]. L'Opposante a démontré que sa marque de commerce est connue dans une certaine mesure à Edmonton (Alberta), car elle a vendu des olives avec la marque de commerce OLIVE ME par l'entremise de son magasin de détail dans cette ville depuis 2002 (para 5 et 7), en gros dans des grands seaux avec la marque de commerce OLIVE ME à d'autres épiceries de la région d'Edmonton et de Calgary (para 8 et 15) et aux marchés agricoles partout à Edmonton (para 9). De plus, Mme Ortiz Martinez fournit des chiffres de vente d'olives traitées en liaison avec la marque OLIVE ME supérieurs à 75 000 \$ pour chacune des années de 2001 à 2015 (para 5). En revanche, il n'y a aucune preuve que la Requérente avait commencé à employer la Marque à compter de la date pertinente.

Degré de ressemblance

[27] La Marque et la marque de commerce OLIVE ME de l'Opposante sont très similaires. La Requérente a pris la marque de l'Opposante au complet. L'ajout de & Co. ne sert pas à diminuer efficacement la ressemblance puisqu'il s'agit d'une description du type d'entité qui fournit les produits (une société) [*Reno-Dépôt Inc. c Homer TLC Inc* (2009), 84 CPR (4th) 58 (COMC) au para 58].

Genre de produits ou entreprises, nature du commerce

[28] Ce facteur favorise l'Opposante, car je conclus que les produits sont de nature similaire, étant tous des produits alimentaires et des huiles d'olive fabriqués à partir d'olives. En outre, les éléments de preuve indiquent que les produits sont vendus dans les mêmes circuits commerciaux, à savoir les magasins de détail spécialisés. Les produits faisant l'objet de la demande et les produits de l'Opposante peuvent également être vendus dans les épiceries. Mme Ortiz Martinez joint à ses affidavits des captures d'écran de la page Facebook de la Requérante montrant que la Requérante vend aussi des olives (Pièce K). Bien que les éléments de preuve de l'Opposante établis dans l'affidavit de Mme Ortiz Martinez aient une date postérieure à la date pertinente pour ce motif d'opposition, le registraire peut tenir compte d'une telle preuve, dans la mesure où elle peut indiquer une situation qui existait à la date pertinente [voir à titre d'exemple *George Weston Ltd c Corporate Foods Ltd* (1988), 11 CPR (3d) 566 (COMC)].

Aucune preuve de confusion réelle

[29] La Requérante a soutenu à l'audience que le fait qu'il n'y avait aucune preuve de confusion la favorisait. Une inférence négative concernant le risque de confusion peut être tirée lorsque la preuve démontre que l'utilisation simultanée de deux marques est significative et que l'opposant n'a soumis aucun élément de preuve tendant à démontrer l'existence d'une confusion [*Christian Dior SA c Dion Neckwear Ltd* (2002), 20 CPR (4th) 155 (CAF)]. Toutefois, en l'espèce, je ne peux pas tirer de conclusion parce qu'il n'y a aucune preuve d'un emploi concomittant étendu à la date pertinente, ou à toute autre date.

Régions géographiques différentes

[30] La Requérante a soutenu que la Requérante et l'Opposante exercent leurs activités dans différentes régions géographiques, ce qui élimine tout risque de confusion. Les arguments de la Requérante sont incorrects. La Cour suprême du Canada, dans *Masterpiece*, précitée, aux para 28 à 33, conclut que le critère qu'il convient d'appliquer pour décider s'il existe une probabilité de confusion en application de l'article 16 est de nature hypothétique et toute différence de lieu géographique de l'emploi des marques de commerce n'est d'aucune incidence en ce qui concerne ce critère hypothétique.

Conclusion

[31] Après avoir examiné toutes les circonstances de l'espèce et après avoir appliqué le test de la confusion comme étant une question de première impression et du souvenir imparfait, je conclus que, selon la prépondérance des probabilités, il y a une probabilité vraisemblable de confusion entre la marque de commerce OLIVE ME et la Marque en ce qui concerne l'emploi en liaison avec les produits faisant l'objet de la demande. Je parviens à cette conclusion en raison du degré de ressemblance entre les marques de commerce et le chevauchement dans le genre de ces produits et du commerce. Par conséquent, ce motif d'opposition est accueilli. Je reconnais que les marques de commerce suggestives sont plus susceptibles de coexister; une partie adoptant une marque de commerce faible est tenue d'accepter un certain risque de confusion [*General Motors Corp c Bellows* (1949), 10 CPR 101 (CSC) aux pages 115 et 116; *Mövenpick Holding AG c Exxon Mobil Corp*, 2010 COMC 126, 2011 CF 1397, confirmée par 2013 CAF 6; *Culinar Inc. c. National Importers* (2004), 42 CPR (4th) 180 (COMC)]. Bien que la marque de commerce de l'Opposante ne soit pas le genre de marque qui bénéficie généralement d'une protection étendue, une protection étroite n'est pas égale à aucune protection.

[32] Par conséquent, ce motif d'opposition est accueilli.

Motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)c)

[33] L'Opposante a soutenu que la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque étant donné qu'elle est semblable au point de créer de la confusion avec le nom de commerce OLIVE ME de l'Opposante. Afin de s'acquitter de son fardeau initial de preuve en ce qui concerne son motif d'opposition fondé sur l'article 16(1)c), l'Opposante doit démontrer qu'elle a employé son nom commercial OLIVE ME avant le 31 décembre 2013 et qu'elle n'avait pas renoncé à son emploi au 30 mars 2016 (voir l'article 16(5) de la Loi). Les éléments de preuve de l'Opposante sont insuffisants pour s'acquitter de ce fardeau, étant donné que ces éléments de preuve ne démontrent pas qu'elle employait le nom commercial sur ses olives traitées au 31 décembre 2013. En particulier, je conclus que l'emploi d'OLIVE ME sur les étiquettes jointes à l'affidavit de Mme Ortiz Martinez constitue l'emploi d'une marque de commerce plutôt que d'un nom commercial. À ce titre, ce motif d'opposition est rejeté. Si ma

conclusion est erronée, j'aurais conclu que ce motif d'opposition doit être accueilli pour les motifs exposés en ce qui concerne le motif d'opposition fondé sur l'article 16(3)a).

Motif d'opposition fondé sur le caractère distinctif

[34] Afin de s'acquitter de son fardeau de la preuve, l'Opposante doit démontrer qu'au moment de la production de la déclaration d'opposition, la marque de commerce OLIVE ME de l'Opposante était devenue suffisamment connue pour annuler le caractère distinctif de la Marque [*Bojangles' International, LLC c Bojangles Café Ltd* 2006 CF 657, aux para 33 et 34]. Lorsque la réputation d'un opposant se limite à une région précise du Canada, celui-ci peut être acquitté de son fardeau de la preuve si sa marque de commerce est suffisamment bien connue dans cette région [*Bojangles*, précitée]. La preuve dont je dispose ne me permet cependant pas de conclure que la marque de commerce de l'Opposante était bien connue dans une région précise du Canada. En l'absence de renseignements plus précis sur le nombre de consommateurs ayant connaissance de la marque de commerce OLIVE ME de l'Opposante, que ce soit par l'achat des olives de l'Opposante arborant la marque de commerce OLIVE ME, par la présence à l'emplacement de la vitrine du magasin de l'Opposante, grâce à des annonces ou autre, je ne peux conclure que la marque de commerce de l'Opposante est bien connue dans une région précise du Canada. À ce titre, ce motif d'opposition est rejeté.

Conclusion

[35] Conformément aux pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je rejette la demande conformément aux dispositions de l'article 38(12) de la Loi.

Natalie de Paulsen
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Lili El-Tawil



**COMMISSION DES OPPOSITIONS DES MARQUES DE COMMERCE
OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA
COMPARUTIONS ET AGENTS INSCRITS AU DOSSIER**

Date de l'audience : 2019-10-28

Comparutions

Robert Anton Nissen

Pour l'Opposante

Melissa A. Binns

Pour la Requérante

Agents au dossier

Nissen Patent Law

Pour l'Opposante

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

Pour la Requérante