

TRADUCTION/TRANSLATION

**DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION de
Pfizer Products Inc. à la demande n° 1121418
produite par Astrazeneca AB en vue de
l’enregistrement de la marque de commerce
ZELOXZAR**

Le 5 novembre 2001, Astrazeneca AB a produit une demande d’enregistrement pour la marque ZELOXZAR, sur la base d’un emploi projeté au Canada en liaison avec des

préparations et substances pharmaceutiques pour la prévention et/ou le traitement du cancer.

La demande a été annoncée dans le *Journal des marques de commerce* le 12 mars 2003 aux fins d’opposition et elle a fait l’objet d’une opposition de Pfizer Products Inc. le 11 août 2003. Le registraire a fait parvenir une copie de la déclaration d’opposition à la requérante le 9 octobre 2003, comme l’exige le paragraphe 38(5) de la *Loi sur les marques de commerce*. La requérante a déposé et signifié une contre-déclaration.

L’opposante a déposé en preuve les affidavits de Lee Sciortino, directeur principal des produits de Pfizer Canada Inc., Sharon Elliott, technicienne juridique, et Lisa Leger, chercheuse en marques de commerce, alors que la requérante a déposé ceux de Maria Nenadovich et Kimberly Stefaniuk, pharmaciennes. Comme contre-preuve, l’opposante a déposé l’affidavit de Peter A. Reich, professeur de linguistique. Les déposants Sciortino, Nenadovich, Stefaniuk et Reich ont été contre-interrogés sur leur témoignage par affidavit. Les transcriptions de ces contre-interrogatoires et les pièces à l’appui font partie de la preuve versée au dossier. Les deux parties ont déposé un plaidoyer écrit et étaient représentées à l’audience.

LA DÉCLARATION D’OPPOSITION

Selon le premier motif d'opposition, fondé sur l'alinéa 30i) de la *Loi sur les marques de commerce*, la requérante ne pouvait être convaincue qu'elle avait droit d'employer la marque visée par la demande au Canada vu les droits antérieurs de l'opposante sur les marques de commerce ZELDOX et ZELDOX IM pour emploi en liaison avec un produit pharmaceutique pour le traitement d'affections neurologiques.

Selon le deuxième motif, fondé sur l'alinéa 16(3)b) de la *Loi sur les marques de commerce*, la requérante n'a pas droit d'obtenir l'enregistrement de la marque ZELOXZAR visée par la demande, car à la date de production de la demande (le 5 novembre 2001), cette marque créait de la confusion avec les marques de commerce de l'opposante ZELDOX et ZELDOX IM pour lesquelles les demandes n° 795836 et 1086460, respectivement, avaient déjà été déposées. Les marchandises indiquées dans la demande n° 795836 pour la marque ZELDOX sont les suivantes :

produit pharmaceutique pour le traitement d'affections neurologiques.

Selon le troisième motif, fondé sur l'article 2 de la *Loi sur les marques de commerce*, la marque ZELOXZAR visée par la demande n'est pas adaptée à distinguer les marchandises de la requérante de celles de l'opposante.

À l'audience, l'avocat de l'opposante a fait savoir qu'il n'invoquait plus la marque ou la demande pour la marque ZELDOX IM.

LA PREUVE DE L'OPPOSANTE

Lee Sciortino

La preuve de M. Sciortino peut être résumée comme suit. Il est le directeur principal des produits, notamment le produit ZELDOX, de Pfizer Canada Inc., un licencié de l'opposante, et il est responsable des initiatives de commercialisation à l'intention des professionnels de la santé et des patients une fois que le produit ZELDOX entre sur le marché canadien.

Le 26 octobre 1995 et le 15 décembre 2000, l'opposante a produit les demandes n° 795836 et 1086460 pour les marques ZELDOX et ZELDOX IM, respectivement, pour un emploi projeté en liaison avec un produit pharmaceutique pour le traitement d'affections neurologiques.

Le produit ZELDOX est un traitement passablement nouveau pour la schizophrénie déjà employé dans plusieurs pays à travers le monde, dont la Suède (depuis 2000), l'Argentine et la République tchèque (depuis 2001), l'Autriche et l'Allemagne (depuis 2002) et la Grèce et l'Espagne (depuis 2003). La ziprasidone est l'ingrédient médicinal, lequel a été découvert et mis au point par l'opposante pour traiter les symptômes de la schizophrénie comme les hallucinations, les délires, le manque de motivation et le retrait social. À l'échelle mondiale, le montant des ventes de ziprasidone commercialisée sous les marques ZELDOX et GEODON se s'élevaient à environ 750 millions de dollars pour la période de trois ans de 2001 à 2003. À la date de l'affidavit de M. Sciortino (le 26 mai 2004), le produit faisait l'objet des procédures d'approbation de Santé Canada.

La marque ZELDOX a été montrée (i) au congrès annuel de l'American Psychiatric Association qui a eu lieu à Toronto du 30 mai au 4 juin 1998, (ii) au 13^e congrès international de l'European College of Neuropsychopharmacology qui a eu lieu à Munich, en Allemagne, du 9 au 13 septembre 2000. La marque ZELDOX a aussi été mentionnée (i) dans des revues distribuées au Canada telles que *The Medical Post* (janvier 2002) et *Canadian Pharmaceutical Marketing* (2001), (ii) dans des quotidiens canadiens tels que *The Globe and Mail* (août 2000), *The Calgary Herald* (décembre 1998) et *The Vancouver Sun* (décembre 1998), (iii) dans le magazine *Forbes* (janvier 1999), (iv) dans les rapports annuels de l'opposante à partir de 1997, (v) dans une publication, dont un passage est reproduit ci-dessous, de la Société canadienne de la schizophrénie (2003) :

*Ziprasidone/**Zeldox** attend actuellement l'approbation de Santé Canada. Ce médicament est déjà disponible aux États-Unis (connu dans ce pays sous le nom de Geodon), et dans plusieurs pays européens. Développé par Pfizer, **Zeldox** a prouvé son efficacité pour le traitement des symptômes positifs (comme les hallucinations visuelles et auditives, l'agitation) et des

symptômes négatifs (comme le manque de motivation et retrait social ainsi que la psychopathologie globale) chez les patients gravement malades, les patients stabilisés et ceux atteints de schizophrénie chronique. La forme injectable de **Zeldox** est une option favorable pour le traitement des patients présentant une agitation aiguë lors d'une crise psychotique (y compris les crises caractérisées par un comportement récalcitrant et/ou violent), comparativement aux thérapies conventionnelles qui résultent souvent en une sédation excessive et des troubles débilissants de mouvements. **Zeldox** a l'avantage de ne pas être associé à une prise de poids ou des anomalies cardiovasculaires.

M. Sciortino a exprimé ses préoccupations au paragraphe 14 de son affidavit reproduit ci-dessous :

[TRADUCTION] Le produit ZELDOX sera un médicament délivré sur ordonnance au Canada et sera distribué dans les pharmacies et les pharmacies hospitalières du Canada. Je comprends de la demande de marque de commerce déposée par AstraZeneca que l'emploi de la marque ZELOXZAR est projeté en liaison avec des préparations pour le traitement du cancer. Par conséquent, il s'agirait vraisemblablement d'une prescription pharmaceutique distribuée dans le même réseau de pharmacies et de pharmacies hospitalières que le produit ZELDOX.

Le témoignage de M. Sciortino en contre-interrogatoire concorde avec son affidavit, mais la transcription du contre-interrogatoire soulève des questions de oui-dire relativement à certains aspects de son témoignage. La transcription précise également que le produit ZELDOX sert à traiter deux maladies psychiatriques spécifiques, à savoir la schizophrénie et l'agitation psychotique aiguë. La plupart des prescripteurs du produit sont des psychiatres et le produit est administré par des professionnels de la santé. En ce qui concerne les ventes mondiales de ziprasidone, M. Sciortino n'a pas réussi à distinguer les ventes sous la marque SELDOX de celles sous la marque GEODON.

Lisa Leger

L'affidavit de M^{me} Leger sert à mettre en preuve les résultats d'une recherche dans le registre des marques de commerce pour trouver [TRADUCTION] « toutes les marques de

commerce archivées combinant les éléments ZEL et OX peu importe les marchandises ou services visés ». Une seule marque a été trouvée, soit ZELLOXYGEN en liaison avec des cellules de levure.

Sharon Elliot

L'affidavit de M^{me} Elliot sert à mettre en preuve des copies de six articles de journaux, magazines et revues médicales distribués au Canada, lesquels font référence au médicament sur ordonnance ZELDOX. Le plus vieil article est paru dans *Money Digest* et date de septembre 1997 et le plus récent est paru dans *Journal of Clinical Psychopharmacology* en juin 2003.

LA PREUVE DE LA REQUÉRANTE

Maria Nenadovich

La preuve de M^{me} Nenadovich peut être résumée comme suit. Le mot ZELDOX ne décrit d'aucune façon un médicament neurologique et n'y fait pas allusion non plus. De même, le terme ZELOXZAR ne décrit d'aucune façon un médicament oncologique et n'y fait pas allusion non plus. Les marchandises des parties sont des produits pour lesquels un patient doit se procurer une ordonnance d'un médecin et qui sont délivrés par un pharmacien. ZELDOX serait prescrit par un psychiatre et ZELOXZAR, par un oncologiste. Il est possible que ZELOXZAR soit délivré dans les pharmacies hospitalières pour les personnes hospitalisées plutôt que dans les pharmacies communautaires. Les pharmacies reçoivent les médicaments sur ordonnance dans des emballages propres à chaque fabricant. Par conséquent, un pharmacien connaît tout de suite la source d'un produit pharmaceutique. Les marques de fabrique de la plupart des entreprises pharmaceutiques, sauf les fabricants de produits génériques, ne comportent pas de caractéristiques communes. ZEL n'est pas utilisé comme préfixe par les fabricants de produits génériques. Ainsi, le fait que deux marques aient quelques lettres en commun, comme le préfixe ZEL, n'amènerait pas les professionnels à croire que les produits proviennent de la même entreprise. M^{me} Nenadovich explique les différentes étapes que doit suivre un pharmacien pour

délivrer un médicament sur ordonnance et la raison pour laquelle il est peu probable qu'un pharmacien commette une erreur en délivrant ZELOXZAR au lieu de ZELDOX ou vice versa.

M^{me} Nenadovich déclare aussi qu'elle prépare régulièrement de nombreux médicaments sur ordonnance commençant par la lettre Z, dont, par exemple, ZADITEN, ZANTEC et ZITHROMAX.

Lors du contre-interrogatoire, M^{me} Nenadovich a précisé que, d'après son expérience, les fabricants de produits génériques utilisent un préfixe commun pour toute une gamme de produits; qu'elle reçoit 10 à 15 appels téléphoniques par jour de pharmaciens qui lui demandent de donner une ordonnance verbale; et qu'il n'est pas rare qu'elle doive préparer des médicaments psychiatriques et des médicaments oncologiques à la pharmacie communautaire où elle travaille.

Dans son affidavit, M^{me} Nenadovich prend aussi en compte les facteurs qui doivent être appréciés pour déterminer si les marques en question créent de la confusion. Comme son affidavit a été déposé à l'appui de la position de la requérante, il n'est pas surprenant qu'elle arrive à la conclusion que les marques ne créent pas de confusion. J'ai tenu compte de son témoignage relativement aux facteurs dans la mesure où il porte sur des questions relevant de son domaine de compétence. Toutefois, je n'ai pas pris en considération ses conclusions concernant des questions qui sont essentiellement de mon ressort.

Kimberly Stefaniuk

Le témoignage de M^{me} Stefaniuk ressemble à celui de M^{me} Nenadovich, mis à part que M^{me} Stefaniuk est pharmacienne dans un hôpital et non dans une pharmacie communautaire. Elle explique que dans presque tous les cas, les produits oncologiques sont prescrits par des oncologistes et préparés par des pharmaciens qui possèdent une formation spécialisée sur ces produits. La plupart du temps, les ordonnances sont écrites, car les ordonnances verbales sont déconseillées. Aussi, le patient qui reçoit un médicament oncologique se trouve soit dans un hôpital d'oncologie ou dans l'aile d'oncologie d'un hôpital.

LA CONTRE-PREUVE

Peter Reich

L'affidavit du professeur Reich porte sur la prononciation des marques en question ainsi que sur leur degré de ressemblance dans le son et la présentation. La requérante est d'avis que l'affidavit du professeur Reich ne constitue pas une contre-preuve appropriée parce qu'il ne traite pas de la preuve de la requérante et qu'il aurait dû être produit dans le cadre de l'interrogatoire principal de l'opposante. Je conviens que l'opposante aurait pu déposer la preuve du professeur Reich dans le cadre de son interrogatoire principal et je crois que son affidavit constitue une réponse à la preuve de la requérante. Mesdames Nenadovich et Stefaniuk ont présenté leurs observations sur la ressemblance entre les marques en question et, par conséquent, il est normal que l'opposante donne une opinion différente. Le fait que l'opposante ait choisi de répondre en présentant l'opinion d'un expert dans le domaine, alors que la requérante n'a pas présenté de preuve d'expert, n'a aucune importance lorsqu'il faut déterminer si la preuve de l'opposante constitue une contre-preuve appropriée. J'ai donc pris en considération l'affidavit du professeur Reich, mais je n'ai pas tenu compte des conclusions qu'il a tirées à propos des questions qui sont essentiellement de mon ressort.

LA PRINCIPALE QUESTION EN LITIGE

La principale question en litige consiste à savoir si la marque ZELOXZAR visée par la demande pour emploi en liaison avec un produit pour le traitement du cancer crée de la confusion avec la marque ZELDOX de l'opposante pour emploi en liaison avec un produit pour le traitement d'affections neurologiques. Les dates pertinentes pour évaluer la question de la confusion sont (i) la date de production de la demande, soit le 5 novembre 2001, relativement aux premier et deuxième motifs d'opposition et (ii) la date d'opposition, soit le 11 août 2003, relativement au troisième motif.

Il incombe à la requérante de démontrer qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion, au sens du paragraphe 6(2) de la *Loi sur les marques de commerce*, entre la marque ZELOXZAR visée par la demande et la marque ZELDOX de l'opposante. Le fardeau ainsi imposé à la requérante signifie qu'à moins de pouvoir tirer une conclusion définie en fonction de l'ensemble de la preuve, la question doit être tranchée à son encontre : voir *John Labatt Ltd. C. Molson Companies Ltd.* (1990) 30 C.P.R. (3d) 293, p. 297-298 (C.F. 1^{re} inst.).

Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Pour déterminer s'il existe une probabilité raisonnable de confusion, je dois tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, dont celles indiquées au paragraphe 6(5) de la *Loi*, à savoir : le caractère distinctif inhérent des marques et mesure dans laquelle elles sont devenues connues; la période pendant laquelle chacune a été en usage; le genre de marchandises, services ou entreprises; la nature du commerce; le degré de ressemblance dans la présentation ou le son des marques, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Cette liste n'est pas exhaustive; tous les facteurs doivent être examinés, mais ils n'ont pas nécessairement le même poids. L'importance qu'il convient d'accorder à chacun dépend des circonstances : voir *Gainers Inc. c. Tammy L. Marchildon et le Registraire des marques de commerce* (1996), 66 C.P.R. (3d) 308 (C.F. 1^{re} inst.).

Analyse des facteurs du paragraphe 6(5)

Les marques ZELOXZAR et ZELDOX possèdent toutes les deux un caractère distinctif inhérent prononcé puisque chacune constitue un mot inventé n'ayant aucun lien avec les marchandises des parties. La requérante a fourni une preuve montrant qu'il existe de nombreux médicaments sur ordonnance commençant par la lettre Z et elle soutient qu'une telle preuve permet de conclure que le caractère distinctif de la marque de l'opposante est diminué. Toutefois, une seule des marques mentionnées par M^{me} Nenadovich contient le préfixe ZEL et, comme il est souligné dans *Conde Nast Publications Inc. c. Union des éditions modernes* (1979) 26 C.P.R. (2d) 183, p. 188 (C.F. 1^{re} inst.), la première partie ou la première syllabe d'une marque est celle qui sert le plus à établir son caractère distinctif. L'opposante fait aussi valoir que (i) une seule des marques mentionnées par la requérante, à savoir ZAROXOLYN, contient l'élément OX

trouvé dans la marque ZELDOX de l'opposante, (ii) à l'exception de ZELLOXYGEN, aucune des marques dans le registre des marques de commerce n'est composée de la combinaison des éléments ZEL et OX. Je suis donc d'accord avec l'opposante pour dire que la preuve au dossier appuie le caractère unique de la marque ZELDOX, plutôt qu'elle ne le réfute.

La preuve au dossier montre que la marque ZELDOX de l'opposante aurait été connue au moins jusqu'à un certain point par les professionnels de la santé au Canada aux dates pertinentes, mais elle n'aurait été connue que de façon minimale par l'ensemble de la population. Rien n'indique que la marque ZELOXZAR ait suscité une certaine attention au Canada. La période pendant laquelle les marques ont été employées n'est pas un facteur pertinent étant donné que ni l'une ni l'autre partie n'a prouvé l'emploi de sa marque au Canada avant les dates pertinentes.

Ce sont les marchandises indiquées dans la demande en cause ainsi que celles indiquées dans la demande de l'opposante et mentionnées dans la déclaration d'opposition qui doivent être prises en compte pour évaluer la question de la confusion. Toutefois, il faut interpréter ces descriptions en essayant de déterminer le genre probable d'entreprise ou de commerce prévu par les parties plutôt que tous les commerces possibles pouvant être visés par les termes. À cet égard, une preuve du commerce réel des parties est utile (voir *Mr. Submarine Ltd. c. Amandista Investments Ltd.* (1987), 19 C.P.R. (3d) 3 (C.A.F.), p. 10-11; *Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c. Super Dragon Import Export Inc.* (1986), 12 C.P.R. (3d) 110 (C.A.F.), p. 112; *Miss Universe Inc. c. Bohna* (1994), 58 C.P.R. (3d) 381 (C.A.F.), p. 390-392, et *McDonald's Corp. c. Coffee Hut Stores Ltd.* (1996), 68 C.P.R. (3d) 168 (C.A.F.), p. 169), en particulier en l'espèce où les parties ont décrit leurs marchandises de façon générale, comme nous le verrons plus loin.

Par la voie d'un énoncé de pratique daté 2003-08-06, soit après la production de la demande de l'opposante pour la marque ZELDOX, le Bureau des marques de commerce a informé le public qu'une demande décrivant une catégorie générale de produits pharmaceutiques ne serait plus considérée comme acceptable. Une demande de marque de commerce doit plutôt spécifier la maladie, le trouble ou l'infection que traite le médicament. En l'espèce, la preuve au dossier indique clairement que le produit ZELDOX de l'opposante sert à traiter deux affections neurologiques spécifiques. Conformément à la jurisprudence précitée et à ce dont les parties ont

convenu à l'audience, pour trancher la question de la confusion, je tiendrai pour acquis que la marchandise de l'opposante vendue sous sa marque est un

médicament sur ordonnance pour le traitement d'affections neurologiques, notamment la schizophrénie et l'agitation psychotique aiguë.

(Je souligne.)

De même, je tiendrai pour acquis que les marchandises de la requérante vendues sous sa marque ZELOXZAR sont des

préparations et substances pharmaceutiques sur ordonnance pour la prévention et/ou le traitement du cancer.

(Je souligne.)

La plupart des marchandises des parties seront prescrites par différents spécialistes, c'est-à-dire par des psychiatres pour le produit ZELDOX et par des oncologues pour le produit ZELOXZAR. La majeure partie des ordonnances de ZELOXZAR seraient délivrées dans les pharmacies hospitalières, mais il semble que les médicaments oncologiques et neurologiques soient régulièrement préparés dans les pharmacies communautaires. Bien entendu, il est possible qu'un patient prenne ZELOXZAR pour le traitement du cancer et ZELDOX pour le traitement de la schizophrénie en même temps, ou qu'un oncologue prescrive ZELOXZAR pour le traitement d'une affection neurologique, notamment une tumeur cérébrale.

Après avoir examiné la preuve présentée par les parties sur le sujet, je suis d'avis que les marques en question se ressemblent dans une large mesure dans la présentation, moins dans le son et pas du tout dans les idées suggérées. La ressemblance visuelle est due principalement au préfixe commun ZEL et aussi à l'élément OX qui suit le préfixe de près. Comme je l'ai déjà signalé, la première partie ou la première syllabe d'une marque est celle qui sert le plus à établir son caractère distinctif : voir *Conde Nast Publications Inc.*, précité.

La ressemblance dans le son est aussi attribuable aux éléments communs ZEL et OX. Toutefois, il y a également d'importantes différences dans le son des marques, car ZELDOX contient deux syllabes et ZELOXZAR en contient trois, et aussi, le son de la dernière syllabe de

ZELOXZAR est particulier. Il n'y a aucune ressemblance dans les idées suggérées par les marques des parties parce qu'elles constituent des mots inventés qui ne suggèrent aucune idée en particulier.

L'opposante a porté à mon attention l'approche adoptée par la Cour dans *Mead Johnson & Co. C. G.D. Searle & Co.* (1967), 53 C.P.R. 1 (Cour de l'Échiquier), en ce qui concerne la question de la confusion relativement aux produits pharmaceutiques sur ordonnance :

[TRADUCTION]

Au cours des plaidoiries, l'avocat de l'appelant a insisté sur la vente contrôlée de ces médicaments, disant qu'ils ne peuvent être obtenus que sur ordonnance d'un médecin, ce qui élimine pratiquement toute possibilité de confusion puisque les pharmaciens habilités délivrent ces comprimés conformément à une instruction écrite. Une telle proposition est toutefois plus spécieuse qu'exacte et, pour étayer mes doutes sur ce point, je me prévaudrais d'un dernier précédent des plus pertinents, une décision de la United States Court of Appeals (Third Circuit), datée du 12 mars 1958, dans l'affaire de *Morgenstern Chemical Company, Inc. et G.D. Searle & Company*, 253 Federal Reporter, 2d. Series, 390, p. 393, le même défendeur devant notre Cour. Les lignes qui suivent sont tirées des notes du juge Maris, auxquelles ont souscrit les trois juges :

Dans le domaine des produits médicaux, il est particulièrement important de prendre bien soin d'éviter toute possibilité de confusion dans l'emploi de marques de commerce. Le test quant à savoir s'il y a ou non une similarité créant de la confusion entre ces produits même s'ils sont prescrits et délivrés seulement par des personnes ayant reçu une formation professionnelle ne dépend pas de la question de savoir si les médicaments sont conçus ou non pour des maux similaires. La règle énoncée par le juge Hulen dans *Cole Chemical Co. c. Cole Laboratories*, D.C. Mo. 1954, 118 F. Suppl. 612, p. 616-617, s'applique en l'espèce :

Le demandeur et le défendeur [...] font la vente de préparations médicales. Ces préparations sont destinées à la consommation ou utilisation humaine finale [...] Elles sont presque toutes conçues pour traiter des maux du corps humain. La confusion entre ces produits peut entraîner des conséquences graves pour le patient. La confusion entre les médicaments doit être évitée.

(Je souligne.)

En d'autres mots, quand les marchandises des parties sont des médicaments sur ordonnance (délivrés par des professionnels de la santé), une nouvelle subdivision des marchandises fondée sur leur effet thérapeutique voulu ne revêt pas une grande importance quand vient le temps de trancher la question de la confusion.

La preuve de la requérante appuie son observation selon laquelle les médecins et pharmaciens, en raison de leur expérience et de la méthode suivie pour prescrire et délivrer un médicament, ne seraient pas sujets à commettre une erreur au sujet de la source d'un médicament de marque. Toutefois, l'opposante a attiré mon attention sur l'approche adoptée par la Cour dans *Ciba-Geigy Canada Ltd. c. Apotex Inc.* (1992), 44 C.P.R. (3d) 289 (C.S.C.), selon laquelle le consommateur final des produits, soit le patient, doit aussi être pris en compte. Rien n'indique que le patient moyen serait tout aussi vigilant à l'égard des produits pharmaceutiques.

CONCLUSION

Compte tenu de ce qui précède et en particulier (i) des similitudes ainsi que les différences dans la ressemblance entre les marques ZELDOX et ZELOXZAR, (ii) du fait que les marchandises des parties sont utilisées dans des spécialités médicales différentes pour obtenir des effets thérapeutiques différents, et (iii) du fait que la marque de l'opposante n'a pas acquis aux dates pertinentes une réputation significative au Canada, j'estime qu'il y a autant de chances qu'il existe une probabilité raisonnable de confusion et qu'il n'en existe pas. Par conséquent, la question doit être tranchée à l'encontre de la requérante étant donné qu'il lui incombait de prouver, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion.

Compte tenu de tout ce qui précède, la demande en cause est repoussée.

FAIT À GATINEAU (QUÉBEC), LE 8 AOÛT 2008.

Myer Herzig,
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce

Traduction certifiée conforme
Mylène Borduas