

RELATIVEMENT A L'OPPOSITION de ALLIANZ LIFE INSURANCE COMPANY OF NORTH AMERICA à la demande d'enregistrement n° 821,342 concernant la marque de commerce MATURHEALTH produite par ALLIANCE MATURITÉ INC.

Le 22 août 1996, la requérante, la société ALLIANCE MATURITÉ INC., a produit une demande d'enregistrement de la marque de commerce MATURHEALTH fondée sur l'emploi projeté de la marque de commerce au Canada en liaison avec des « Services d'assurances ».

La présente demande a été publiée pour fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 23 avril 1997 et l'opposante, ALLIANZ LIFE INSURANCE COMPANY OF NORTH AMERICA, a produit une déclaration d'opposition le 22 septembre 1997, dont copie a été envoyée à la requérante le 14 octobre 1997. Le 12 novembre suivant, cette dernière a produit et signifié une contre-déclaration en réponse à la déclaration d'opposition. L'opposante a soumis en preuve les affidavits de Margaret Harrop et de Peter Giddens, ainsi qu'une copie certifiée conforme de l'enregistrement n° 394,825 de la marque de commerce MATURITY SECURITY PLAN. La requérante a choisi de ne pas déposer de preuve. Les deux parties ont présenté des plaidoyers écrits, mais aucune n'a demandé la tenue d'une audience.

Voici en quoi consistent les motifs d'opposition invoqués par l'opposante dans sa déclaration d'opposition :

- a) La présente demande ne satisfait pas aux exigences de l'alinéa 30 *i*) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que, à la date de production de la demande, la requérante ne pouvait avoir été convaincue qu'elle avait le droit d'employer la marque de commerce MATURHEALTH au Canada en liaison avec les services visés dans la demande compte tenu de l'emploi et de la révélation antérieurs de la marque de commerce enregistrée semblable au point de prêter à confusion MATURITY SECURITY LIFE, n° d'enregistrement 394,825, par l'opposante et son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company. À la date de production de la demande, la requérante était au courant de l'existence de la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante;
- b) La marque de commerce MATURHEALTH n'est pas enregistrable compte tenu des dispositions de l'alinéa 12(1)*b*) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que la marque donne une description claire ou donne une description fautive et trompeuse de la nature ou de la qualité des services en liaison avec lesquels la requérante projette de l'utiliser;
- c) La marque de commerce MATURHEALTH n'est pas enregistrable compte tenu des

dispositions de l'alinéa 12(1)d) de la *Loi sur les marques de commerce*, parce que la marque de commerce de la requérante crée de la confusion avec la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante, n° d'enregistrement 394,825, visant des services d'assurance;

d) La requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la marque de commerce MATURHEALTH, parce que, à la date de production de la demande, et à tout autre moment que ce soit, la marque de commerce de la requérante créait de la confusion avec la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE, qui avait été employée et révélée antérieurement au Canada par l'opposante et son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, en liaison avec des services d'assurance;

e) La marque de commerce de la requérante n'est pas distinctive, parce qu'elle ne distingue pas véritablement et n'est pas adaptée à distinguer les services de la requérante des services d'autres propriétaires, y compris les services d'assurance de l'opposante et de son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, vendus sous la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE.

Le premier motif d'opposition est fondé sur l'alinéa 30 i) de la *Loi sur les marques de commerce*. Bien que le fardeau légal repose sur la requérante de démontrer que sa demande satisfait aux exigences de l'alinéa 30 i) de la *Loi*, il existe un fardeau de preuve initial qui repose sur l'opposante de soumettre suffisamment d'éléments de preuve admissibles qui, s'ils sont retenus, viendraient étayer les allégations concernant le motif basé sur l'alinéa 30 i) [voir *Joseph E. Seagram & Sons Ltd. et al c. Seagram Real Estate Ltd.*, 3 C.P.R. (3d) 325, pp. 329-330]. De plus, la date pertinente pour apprécier les circonstances concernant la question de la non-conformité à l'article 30 de la *Loi* est la date de production de la demande [voir *Georgia-Pacific Corp. c. Scott Paper Ltd.*, 3 C.P.R. (3d) 469, p. 475].

L'opposante n'a fourni aucun élément de preuve pour démontrer que la requérante ne pouvait avoir été convaincue qu'elle avait le droit d'employer sa marque de commerce MATURHEALTH au Canada. De plus, comme ce motif est fondé sur des allégations exposées dans les autres motifs d'opposition, celui-ci sera accueilli s'il est conclu que la marque de commerce MATURHEALTH n'est ni enregistrable ni distinctive, ou que la requérante n'est pas l'ayant droit à l'enregistrement de la marque de commerce MATURLIFE, comme il est allégué dans ces motifs [voir *Consumer Distributing Co. Ltd. c. Toy World Ltd.*, 30 C.P.R. (3d) 191, p.195; et *Sapodilla Co. Ltd. c. Bristol-Myers Co.*, 15 C.P.R. (2d) 152, p. 155]. J'examinerai donc les autres motifs d'opposition.

En ce qui concerne le deuxième motif, la question de savoir si la marque de commerce

MATURHEALTH donne une description claire ou donne une description fausse et trompeuse de la nature ou de la qualité des services d'assurance de la requérante doit être envisagée du point de vue de l'utilisateur ordinaire de ces services. De plus, pour déterminer si la marque de commerce MATURHEALTH donne une description claire, la marque ne doit pas être analysée minutieusement dans ses moindres composantes, mais doit plutôt être envisagée dans son ensemble, d'après l'impression immédiate qu'elle donne [voir *Wool Bureau of Canada Ltd. c. Registrar of Trade Marks*, 40 C.P.R. (2d) 25, pp. 27-28 et *Atlantic Promotions Inc. c. Registrar of Trade Marks*, 2 C.P.R. (3d) 183, p. 186]. Bien que le fardeau légal repose sur la requérante de démontrer que sa marque de commerce est enregistrable, il existe un fardeau de preuve initial qui repose sur l'opposante de fournir suffisamment d'éléments de preuve admissibles qui, s'ils sont retenus, viendraient étayer ses allégations selon lesquelles la marque de commerce MATURHEALTH donne une description claire ou une description fausse et trompeuse de la nature ou de la qualité des services d'assurance de la requérante. Il faut donc examiner la preuve de l'opposante pour déterminer si cette dernière s'est acquittée du fardeau de preuve qui reposait sur elle. En outre, la date pertinente pour apprécier un motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)b) de la *Loi sur les marques de commerce* est la date de la décision [voir *Lubrication Engineers, Inc. c. Conseil canadien des ingénieurs*, 41 C.P.R. (3d) 243 (CAF)].

Le contenu des paragraphes 2 à 11 de l'affidavit Giddens est entièrement fondé sur des renseignements tenus pour véridiques et il s'agit donc de oui-dire pour ce qui concerne M. Giddens. Comme l'opposante n'a pas expliqué pourquoi elle jugeait nécessaire de soumettre cet élément de preuve au moyen de l'affidavit d'un stagiaire en droit employé par ses agents de marques de commerce, j'ai accordé peu de poids à ces paragraphes. Au paragraphe 12 de son affidavit, M. Giddens a soumis en preuve des définitions tirées du dictionnaire des termes anglais « health » et « life » (vie). Toutefois, aucune des définitions n'indique qu'il y a une signification évidente susceptible d'être associée aux deux mots réunis « health life » en liaison avec des services d'assurance.

Le deuxième affidavit soumis par l'opposante est celui de Margaret Harrop, bibliothécaire principale chez les agents de marques de commerce de l'opposante. M^{me} Harrop

affirme avoir effectué, le 21 mai 1998, une recherche dans la base de données InfoGlobe, qui renferme tous les articles parus dans The Globe and Mail. Sa recherche a porté sur la période comprise entre le 14 novembre 1997 et le 21 mai 1998 et sur tous les articles qui comportaient les mots « mature » et « life », « mature » et « health », ou « mature » et « vie », placés l'un après l'autre. M^{me} Harrop a annexé à son affidavit une copie de la version intégrale d'un article trouvé au cours de sa recherche et intitulé « Insurance Industry Gets Harsh Review », tiré de l'édition du 23 août 1994 du quotidien The Globe and Mail, article qui faisait mention de « mature life insurance industry ». La déposante affirme en outre avoir effectué une recherche analogue dans la base de données Lexis/Nexis Insure Library Allnews File et a annexé à son affidavit des copies de la version intégrale d'articles tirés de la base de données qui renferment les termes « mature life » et « mature health ».

M^{me} Harrop ne s'est pas procuré et n'a pas examiné les articles originaux afin de s'assurer que les imprimés correspondent bien au contenu des articles. J'ai donc accordé moins de poids aux résultats des recherches de M^{me} Harrop. De plus, des 5 imprimés d'ordinateur produits par M^{me} Harrop, on constate dans le premier article que les mots « mature » et « health » sont employés comme suit :

«... As health care markets mature, health plans can't depend on traditional provider networks strategies to maintain their historic growth rates in share and profitability. »

[Traduction] «...les marchés des soins de santé évoluant, les régimes de soins médicaux ne peuvent dépendre des stratégies de réseau des fournisseurs traditionnels pour maintenir leurs taux de croissance historiques pour ce qui est de la part de marché et de la rentabilité. »]

Dans ce cas, les mots « mature » et « health » séparés par une virgule ne démontrent pas qu'il existe une signification descriptive associée aux mots « mature health ». De plus, dans deux des imprimés d'ordinateur, les mots « mature health » apparaissent dans l'expression « mature health care industry » et, dans un troisième imprimé, les mots apparaissent dans un passage concernant des « mature health promotion programs ». Ces pièces ne démontrent donc pas que les mots « mature health » possèdent une signification descriptive par rapport à des services d'assurance. Par conséquent, la preuve de l'opposante ne fait qu'établir l'existence d'un imprimé d'ordinateur dans lequel les mots « mature health » sont employés de façon descriptive dans un article concernant des services d'assurance. Toutefois, cette preuve n'est pas suffisante pour permettre à l'opposante de

s'acquitter du fardeau de preuve qui lui incombe à l'égard du deuxième motif. J'ai donc rejeté le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)*b*).

L'opposante a indiqué dans son plaidoyer écrit qu'elle ne ferait pas valoir son troisième motif d'opposition, qui est fondé sur l'alinéa 12(1)*d*) de la *Loi*. De toute façon, ce motif aurait été rejeté, car l'enregistrement n° 394,825 de la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE de l'opposante a été radié du registre. Pour ce qui est du quatrième motif, l'opposante n'a fourni aucun élément de preuve concernant l'emploi ou la révélation de la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE au Canada soit par elle-même ou par son prédécesseur en titre, Allstate Insurance Company, en liaison avec des services d'assurance. Ce motif est donc lui aussi rejeté.

Le dernier motif d'opposition concernant le soi-disant caractère non distinctif de la marque de commerce MATURHEALTH de la requérante est fondé sur l'allégation selon laquelle la marque de la requérante ne distingue pas véritablement les services de la requérante des services d'assurance de l'opposante et de son prédécesseur en titre vendus sous la marque de commerce enregistrée MATURITY SECURITY LIFE. Toutefois, l'opposante n'a soumis aucun élément de preuve démontrant qu'elle-même ou son prétendu prédécesseur a employé la marque de commerce MATURITY SECURITY LIFE à quelque moment que ce soit au Canada. En conséquence, l'opposante ne s'est pas acquittée du fardeau légal qui reposait sur elle à l'égard de ce motif. J'ai donc rejeté le dernier motif d'opposition.

Conformément aux pouvoirs qui m'ont été délégués par le registraire des marques de commerce en vertu du paragraphe 63(3) de la *Loi sur les marques de commerce*, je rejette l'opposition formée par l'opposante conformément au paragraphe 38(8) de la *Loi sur les marques de commerce*.

FAIT À HULL (QUÉBEC), ce 25^e JOUR D'OCTOBRE 2000.

G.W. Partington

Président de la Commission des oppositions
des marques de commerce