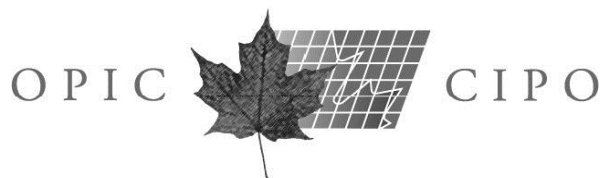


TRADUCTION/TRANSLATION



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

Référence : 2010 COMC 213
Date de la décision : 2010-12-02

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION
produite par Home Hardware Stores Limited
à l'encontre de la demande n° 1340808 pour
la marque de commerce HOMEOWNER au
nom de Ames True Temper Properties, Inc.**

[1] Le 26 mars 2007, Ames True Temper Properties, Inc. (la Requérante) a produit une demande d'enregistrement de la marque de commerce HOMEOWNER (la Marque), fondée sur l'emploi projeté de la Marque au Canada en liaison avec les marchandises suivantes : [o]utils à main, notamment pelles, râpeaux, houes, bêches, cultivateurs, fourchettes de sarclage, cuillères à engrais, grattoirs, cuillères de jardin, coupe-bordure, bêches tarrières, crochets à main, déplaqueuses de gazon, instruments pour enlever le gazon et poignées de rechange pour outils à manche long (les Marchandises).

[2] La Requérante a revendiqué une date de priorité conformément au paragraphe 34 de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi) au motif que la demande d'enregistrement de la même marque de commerce, ou sensiblement la même, a été produite aux États-Unis d'Amérique le 27 septembre 2006 sous le numéro de série 77008313.

[3] La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 24 octobre 2007.

[4] Le 25 mars 2008, Home Hardware Stores Limited (l'Opposante) a produit une déclaration d'opposition à la demande. La Requérante a produit et signifié une contre-déclaration dans laquelle elle nie les allégations de l'Opposante.

[5] La preuve de l'Opposante consiste en l'affidavit de James Haggerty, chercheur en marques de commerce au service des agents de marques de commerce de l'Opposante. L'avocat de l'Opposante a demandé à M. Haggerty d'imprimer tous les détails des 72 marques de commerce dans le registre des marques de commerce canadien. Je souligne que l'Opposante est la propriétaire de ces marques, lesquelles ont toutes pour élément le mot HOME.

[6] La Requérante a choisi de ne produire aucune preuve.

[7] Les deux parties ont produit des plaidoyers écrits et étaient représentées à l'audience.

La déclaration d'opposition

[8] Les motifs d'opposition sont reproduits ci-dessous :

[TRADUCTION]

L'alinéa 38(2)a) et l'article 30

- La demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la Loi et plus précisément à celles de l'alinéa 30e) de la Loi, car la Requérante n'a pas et n'avait pas, aux dates pertinentes, l'intention d'employer la Marque de commerce au Canada en liaison avec les marchandises indiquées dans la demande.
- La demande ne satisfait pas aux exigences de l'article 30 de la Loi et plus précisément à celles de l'alinéa 30i) de la Loi, car l'Opposante a largement employé sa famille de marques de commerce HOME au Canada en liaison avec une variété de marchandises et de services dont des outils à main depuis une date bien antérieure à la date de production de la demande, soit le 26 mars 2007. La Requérante, qui devait savoir que l'Opposante employait sa famille de marques de commerce HOME au Canada, ne pouvait être convaincue qu'elle avait droit d'employer la Marque de commerce au Canada en liaison avec les marchandises indiquées dans la demande puisque la Marque crée de la confusion avec la famille des marques de commerces HOME de l'Opposante.

Les alinéas 38(2)b) et 12(1)d)

- La Marque de commerce n'est pas enregistrable parce qu'elle crée de la confusion avec les marques de commerce déposées de l'Opposante, dont les détails sont donnés à l'annexe A ci-jointe.

Les alinéas 38(2)c) et 16(2)a) / 16(3)a)

- La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque de commerce, car, à la date de production de la demande (soit le 26 mars 2007), la Marque de commerce créait de la confusion avec la famille des marques de commerce HOME de l'Opposante mentionnées ci-dessus qui avaient antérieurement été employées au Canada en liaison avec une variété de marchandises et de services dont des outils à main. L'Opposante n'avait pas abandonné sa famille de marques de commerce HOME à la date de l'annonce de la demande.

Les alinéas 38(2)c) et 16(2)b) / 16(3)b)

- La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque de commerce, car, à la date de production de la demande (soit le 26 mars 2007), la Marque de commerce créait de la confusion avec les demandes d'enregistrement mentionnées à l'annexe A ci-jointe que l'Opposante avait antérieurement produites au Canada. Les demandes de l'Opposante étaient pendantes à la date de l'annonce de la demande.

Les alinéas 38(2)c) et 16(2)c) / 16(3)c)

- La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque de commerce, car, à la date de production de la demande (soit le 26 mars 2007), la Marque de commerce créait de la confusion avec le nom commercial de l'Opposante qui avait antérieurement été employé au Canada pendant des années. L'Opposante n'avait pas abandonné son nom commercial à la date de l'annonce de la demande.

Alinéa 38(2)d) et article 2

- La Marque de commerce n'est pas distinctive. Selon l'article 2 de la Loi, il s'agit, relativement à une marque de commerce, celle qui distingue véritablement les marchandises ou services en liaison avec lesquels elle est employée par son propriétaire, des marchandises ou services d'autres propriétaires, ou qui est adaptée à les distinguer ainsi. La Marque de commerce n'est pas, ni ne peut, être distinctive à l'égard de la Requérante, ni n'est-elle adaptée à distinguer les marchandises de la Requérante des marchandises et des services d'autres propriétaires, plus particulièrement des marchandises et des services de l'Opposante.

Les fardeaux de preuve et les dates pertinentes

[9] Il incombe à la Requérante d'établir, selon la prépondérance des probabilités, que sa demande est conforme aux exigences de la Loi. Toutefois, l'Opposante a le fardeau initial de produire une preuve suffisante pour établir la véracité des faits sur lesquels s'appuie chacun de ses motifs d'opposition [voir *John Labatt Ltd c. Molson Companies Ltd.* (1990), 30 C.P.R. (3d) 293 (C.F. 1^{re} inst.); *Dion Neckwear Ltd. c. Christian Dior, S.A. et al.* (2002), 20 C.P.R. (4th) 155 (C.A.F.)].

[10] Les dates pertinentes qui s'appliquent aux motifs d'opposition sont les suivantes :

- Les alinéas 38(2)a) / 30e) et 30i) - la date de production de la demande [en l'espèce, la date de priorité de production, soit le 27 septembre 2006];
- Les alinéas 38(2)b) / 12(1)d) - la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corp. c. Wickers/Simmons Bedding Ltd.* (1991), 37 C.P.R. (3d) 413 (C.A.F.)];
- L'alinéa 38(2)c) / le paragraphe 16(2) – la date de production de la demande [en l'espèce, la date de priorité de la production, soit le 27 septembre 2006];
- L'alinéa 38(2)c) / le paragraphe 16(3) – la date de production de la demande [voir le paragraphe 16(3), en l'espèce la date de priorité de la production, soit le 27 septembre 2006];
- L'alinéa 38(2)d) / l'article 2 – la date de production de l'opposition [voir *Metro-Goldwyn-Mayer Inc. c. Stargate Connections Inc.* (2004), 34 C.P.R. (4th) 317 (C.F.)]

Les questions préliminaires

[11] Au début de l'audience, l'Opposante a demandé au registraire de vérifier le registre, dans l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, et de tenir compte de la marque de commerce HOME OWNERS HELPING HOMEOWNERS de l'Opposante sous le numéro d'enregistrement LMC758040 couvrant notamment l'exploitation de quincailleries de détail. La Requérante, surprise par cette requête tardive, s'y est vigoureusement opposée en indiquant que cet enregistrement n'avait jamais été précisé

dans la déclaration d'opposition et qu'il était beaucoup trop tard pour soulever un motif additionnel au stade de l'audience.

[12] Le registraire peut, dans l'exercice de son pouvoir discrétionnaire, vérifier le registre pour confirmer le statut des marques de commerce, mais en général il ne le fera que lorsque la déclaration d'opposition comporte un renvoi à un enregistrement qui constitue le fondement d'une allégation fondée sur l'alinéa 12(1)a) de la Loi [*Quaker Oats Co. of Canada/Cie Quaker Oats du Canada c. Menu Foods Ltd.* (1986), 11 C.P.R. (3d) 410 (C.O.M.C.)].

[13] Comme l'Opposante n'a pas mentionné cet enregistrement dans sa déclaration d'opposition, je rejette la demande formulée par l'Opposante.

[14] En ce qui concerne le fardeau initial qui incombe à l'Opposante, celle-ci n'ayant présenté aucune preuve relativement aux motifs d'opposition fondés sur les alinéas 30e), 30i), 16(3)a), 16(3)c) et sur l'article 2 de la Loi, elle ne s'est donc acquittée de son fardeau initial relativement à ces motifs. Ces motifs sont par conséquent rejetés.

[15] De plus, comme la demande ne comporte pas de fondement pour l'enregistrement, conformément au paragraphe 16(2) de la Loi [emploi et enregistrement dans un autre pays], les motifs fondés sur les alinéas 16(2)a), 16(2)b) 16(2)c) de la Loi ne sont pas valables et sont, par conséquent, rejetés.

[16] Mon analyse traitera donc des motifs d'opposition fondés sur les alinéas 12(1)d) et 16(3)b) de la Loi.

Le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d)

[17] L'Opposante allègue que la marque n'est pas enregistrable du fait qu'elle crée de la confusion avec ses marques de commerce énumérées à l'annexe A de ma décision.

[18] J'estime qu'il convient en l'espèce, dans l'exercice du pouvoir discrétionnaire conféré au registraire, de vérifier le registre et, l'ayant fait, je confirme que les marques de commerce de commerce visées par ce motif sont en règle à la date d'aujourd'hui [voir

Oats Co. of Canada/Cie Quaker Oats du Canada c. Menu Foods Ltd. (1986), 11 C.P.R. (3d) 410 (C.O.M.C.)). Comme l'Opposante s'est acquittée de son fardeau initial relativement à ce motif d'opposition, la Requérante doit établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion entre la Marque et les marques de l'Opposante.

[19] J'estime que la preuve de l'Opposante est plus solide en ce qui concerne l'enregistrement LMC381072 relativement à la marque de commerce HOME & Dessin (reproduite ci-dessous)



ladite marque couvrant diverses marchandises, notamment des produits d'entretien de pelouses et outils y afférant, nommément [...] râteaux, manches de râteaux, binettes, manches de binettes, pelles, manches de pelles, fourches, manches de fourches, bêches, manches de bêches, haches, manches de haches, marteaux à deux mains, manches de marteaux à deux mains, pics, manches de pics, désherbeuses, outils à émonder, cisailles à gazon et un certain nombre de services, notamment l'exploitation de centres de matériaux de construction et des services liés à l'exploitation de quincailleries comprenant fourniture d'installations spécialisées dans l'achat en quantité et l'achat économique de marchandises.

[20] Je ferai porter principalement l'analyse sur cette marque de l'Opposante à moins d'indication contraire. Par conséquent, l'examen de la question de la confusion relativement à cet enregistrement déterminera si ce motif sera retenu ou rejeté.

[21] Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Selon l'article 6(2) de la Loi, 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 marchandises liées à ces marques de commerce sont fabriquées, vendues, données à bail ou louées, ou

que les services liés à ces marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces marchandises ou ces services soient ou non de la même catégorie générale.

[22] Lorsqu'il applique le teste en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, dont celles énumérées au paragraphe 6(5) de la Loi : 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 marchandises, 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. Cette liste n'est pas exhaustive et un poids différent sera accordé aux différents facteurs selon le contexte [voir *Mattel, Inc. c. 3894207 Canada Inc.* (2006), 49 C.P.R. (4th) 321 (C.S.C.)].

a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues

[23] La Marque possède un faible caractère distinctif inhérent puisque qu'elle donne à penser que les outils à main sont conçus pour être utilisés par des propriétaires de maison.

[24] De même, la marque de l'Opposante laisse également entendre que les marchandises et les services sont conçus pour l'utilisation à la maison; cependant, elle possède un caractère distinctif inhérent plus fort en raison de l'élément graphique.

[25] Le caractère distinctif des marques peut accroître selon la mesure dans laquelle ils sont devenus connus.

[26] La demande de la Requérente est fondée sur un emploi projeté et, comme aucune preuve d'emploi n'a été produite depuis la production de la présente demande, je conclus que la Marque n'est pas devenue connue au Canada.

[27] L'Opposante fait valoir dans son plaidoyer écrit que ses marques HOME sont devenues bien connues parce qu'elles ont été largement employées au Canada au cours des quarante dernières années. Cependant, il convient de rappeler que l'Opposante n'a produit aucune preuve d'emploi.

[28] Étant donné que les marques de l'Opposante aurait été largement employées au Canada depuis quarante ans, je suppose qu'il aurait été relativement facile pour l'Opposante de faire la preuve d'emploi, par exemple le volume des ventes, les factures, les étiquettes, les emballages, le nombre des quincailleries et leurs emplacements au Canada, les dépenses de publicité, pour ne nommer que ceux-là.

[29] La seule preuve produite consiste dans les détails des 72 marques de commerce dont l'Opposante est propriétaire et dont 69 sont enregistrées. Je garde à l'esprit qu'il s'agit-là d'un nombre important d'enregistrements et, à cet égard, je suis disposée à inférer que l'Opposante a une certaine présence sur le marché; néanmoins, sans la moindre preuve réelle d'emploi, je ne peux tirer aucune conclusion définitive quant à la mesure à laquelle la marque de l'Opposante est devenue connue.

[30] Dans ces circonstances, la seule existence des enregistrements ne peut établir qu'une utilisation *de minimis* tout au plus et ne peut pas permettre de conclure à un emploi important et continu de la marque de commerce de l'Opposante [voir *Entre Computer Centers Inc. c. Global Upholstery Co.* (1991), 40 C.P.R. (3d) 427 (C.O.M.C.)].

Alinéa 6(5)b) - la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage;

[31] La demande de la Requérante est fondée sur l'emploi projeté, tandis que l'enregistrement de l'Opposante est fondé sur l'emploi depuis le 31 août 1987.

Alinéas 6(5)c) et d) - le genre de marchandises, services ou entreprises; la nature du commerce;

[32] La demande de la Requérante vise les outils à main, signifiant ainsi qu'il y a chevauchement direct entre ces marchandises et celles de l'Opposante, nommément râteaux, manches de râteaux, binettes, manches de binettes, pelles, manches de pelles, fourches, manches de fourches, bêches, manches de bêches, haches, manches de haches, marteaux à deux mains, manches de marteaux à deux mains, pics, manches de pics, désherbeuses, outils à émonder, cisailles à gazon.

[33] Malgré l'absence de preuve relativement aux voies de commercialisation des parties, on peut présumer que les marchandises des deux parties seraient vendues dans des voies semblables. Les Marchandises de la Requérante peuvent également être vendues dans les centres de matériaux de construction de l'Opposante. En conséquence, j'estime que les voies de commercialisation des parties pourraient probablement se chevaucher.

Alinéa 6(5)e - le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent

[34] Dans la plupart des cas, le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent est le facteur dominant et les autres facteurs jouent un rôle secondaire dans les circonstances d'ensemble [voir *Beverly Bedding & Upholstery Co. c. Regal Bedding & Upholstering Ltd.*, 47 C.P.R. (2d) 145, confirmé (1982), 60 C.P.R. (2d) 70 (C.A.F.)]

[35] Il est bien reconnu que la première partie de la marque de commerce est celle qui sert le plus à établir son caractère distinctif [*Conde Nast Publications Inc. c. Union des éditions modernes* (1979), 46 C.P.R. (2d) 183 (C.F. 1^{re} inst.)]

[36] Dans ces circonstances, non seulement le mot HOME constitue-t-il la première partie des marques de commerce en cause, mais l'on peut dire que la Requérante s'est appropriée l'intégralité de la partie composée de mots de la marque de l'Opposante. À cet égard, les marques sont semblables dans la présentation et le son. Les idées qu'elles suggèrent sont légèrement différentes, la Marque renvoie au propriétaire d'une résidence tandis que celle de l'Opposante renvoie seulement à une résidence.

[37] Dans l'ensemble, il existe un degré de ressemblance raisonnable entre la Marque et la marque de l'Opposante dans la présentation ou le son ou les idées qu'elles suggèrent.

Les circonstances de l'espèce

La famille de marques

[38] L'Opposante allègue à titre de circonstances de l'espèce qu'elle détient une famille de marques de commerce HOME et qu'il convient pour cette raison de lui accorder une large protection, citant à l'appui de sa prétention le passage suivant de *McDonald's Corp. c. Yogi Yogurt Ltd.* (1982), 66 C.P.R. (2d) 101 (C.F. 1^{re} inst.) :

[TRADUCTION]

[79] [...] lorsque des marques de commerce ayant des caractéristiques communes sont enregistrées au nom d'un unique propriétaire comme c'est le cas pour les marques EGG MCMUFFIN, MACSUNDAE, MCCHEESE et MCFEAST, une telle situation permet de présumer que les marques constituent une série de marques qu'emploie ce propriétaire unique et l'enregistrement de ces marques équivaut à un seul enregistrement qui couvre ces nombreuses marques.

[39] Cependant, je fais remarquer que le juge Cattanach indique, plus loin dans la décision, ce qui suit :

[TRADUCTION]

[93] Bien que l'existence d'une série de marques de commerce puisse être présumée au moment de la demande d'enregistrement d'une marque de commerce avec la conséquence indiquée, la même présomption ne s'applique pas dans les procédures d'opposition. Avant que l'emploi d'autres marques puisse donner lieu à la même présomption dans une procédure d'opposition un tel emploi doit être étayé par la preuve.

[94] Par conséquent, la question consiste à savoir si les appelantes se sont acquittées du fardeau qui leur incombe d'établir l'existence d'une série de marques qui sont la propriété de la société appelante et avec lesquelles il est possible que la demande d'enregistrement de la marque de commerce MCYOGURT faite par la société intimée entre en conflit. Pour s'acquitter de ce fardeau, il faut établir que l'emploi des marques de commerce est suffisant pour constituer une famille. [Non souligné dans l'original.]

[40] L'Opposante dans *McDonald's Corp.*, précité, s'était acquittée de son fardeau en produisant de nombreux éléments de preuves de l'emploi de ses marques, soit le grand volume des ventes et l'importante publicité - ces deux éléments s'élevant à des millions de dollars -, qui lui ont ainsi permis d'établir sa famille de marques.

[41] En l'espèce, l'Opposante n'a présenté aucune preuve d'emploi ou de publicité et ne s'est donc pas acquittée du fardeau qui lui incombait. Il ne peut être conclu à l'existence d'une famille que lorsque des preuves sont présentées relativement à l'emploi de chacun des éléments de la famille, ce qui n'a pas été fait en l'espèce [voir *McDonald's Corp. v. Alberto-Culver Co.* (1995), 61 C.P.R. (3d) 382].

L'état du registre

[42] À l'audience, la Requérante a présenté un argument fondé sur l'état du registre relativement à l'élément « HOME », soutenant que le mot « HOME » apparaît fréquemment dans le registre et que cet emploi largement répandu signifie qu'on ne devrait pas lui accorder une protection importante. Aucune preuve n'a été présentée à l'appui de cette prétention. Dans les procédures en matière d'opposition, le registraire n'a le pouvoir discrétionnaire de tenir compte de tous les éléments qui apparaissent dans le registre si ces éléments ne sont pas d'abord mis en preuve, en bonne et due forme, au dossier sauf pour vérifier si les enregistrements et les demandes d'enregistrement de marques de commerces dûment invoqués existent toujours, comme je l'ai fait en l'espèce. Sans preuve, je ne peux tirer ni prononcer sur ces prétentions dont il ne sera pas tenu compte [voir *John Labatt Ltd. / John Labatt Ltée. c. W.C.W. Western Canada Water Enterprises Inc.* (1991), 39 C.P.R. (3d) 442].

La conclusion quant à la probabilité de confusion

[43] En appliquant le test en matière de confusion, je l'ai examiné sous l'angle de la première impression et du souvenir imparfait. La question fondamentale à trancher est celle de savoir s'il est probable qu'un consommateur ayant un souvenir général et imprécis de la marque de l'Opposante pense, en voyant la Marque de la Requérante, que les marchandises des parties proviennent d'une source commune. Bien qu'on ne puisse donner au mot courant « home » un degré élevé de protection étant donné son sens ordinaire et le fait qu'il évoque d'une certaine façon la nature des marchandises, j'estime néanmoins, compte tenu de mes conclusions ci-dessus, que la Requérante ne s'est pas acquittée du fardeau qui lui incombait d'établir l'absence d'une probabilité raisonnable

de confusion entre sa Marque et celle de l'Opposante. Je tire cette conclusion particulièrement étant donné que la Requérante s'est appropriée la partie nominale de la marque de l'Opposante, laquelle est également, en l'occurrence, le premier mot dans les deux marques. À cet égard, le premier mot de la marque sert le plus à établir son caractère distinctif. Par ailleurs, il existe clairement un chevauchement entre les marchandises des parties ainsi qu'un chevauchement potentiel de leurs voies commerciales.

[44] J'ai également tenu compte du fait que dans les cas où l'on craint que l'enregistrement d'une marque de commerce puisse créer la confusion entre elle et une marque plus ancienne, cette dernière doit tirer le bénéfice de ce doute. [*Conde Nast Publications Inc. c. Union des éditions modernes* (1979), 46 C.P.R. (2d) 183 (C.F. 1^{re} inst.)].

[45] Je conclus par conséquent que la Requérante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve parce qu'elle n'a pas établi, selon la prépondérance des probabilités, que la Marque ne créerait pas de confusion avec celle de l'Opposante.

[46] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 12(1)d) de la Loi est retenu.

Le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 16(3)b)

[47] L'Opposante fait valoir que la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque du fait que, à la date de la production de la demande, la Marque créait de la confusion avec ses demandes d'enregistrement mentionnées à l'annexe A ci-jointe qui avaient été auparavant produites au Canada et qui étaient pendantes à la date de l'annonce de la demande d'enregistrement de la Requérante.

[48] Dans la mesure où le motif d'opposition de l'Opposante est fondé sur la production antérieure de ces demandes, celle-ci est tenue de démontrer que les demandes ont été produites avant la date à laquelle la Requérante a produit sa demande d'enregistrement et elle doit satisfaire au paragraphe 16(4) de la Loi, lequel commande

que ses demandes aient été pendantes à la date de l'annonce de la demande de la Requérante, soit le 24 octobre 2007.

[49] J'ai là encore estimé qu'il était opportun en l'espèce de vérifier le registre, dans l'exercice du pouvoir discrétionnaire du registraire, et je confirme que dix demandes (énumérées ci-dessous) ont été produites antérieurement à la date de production de la demande de la Requérante et qu'elles étaient pendantes à la date de l'annonce de ladite demande [voir *Royal Appliance Mfg. Co. c. Iona Appliances Inc.* (1990), 32 C.P.R. (3d) 525].

- HOME HANDYMAN REPAIRS AND INSTALLATIONS & Dessin (n° 1285863) couvrant notamment des services de réparation et d'installation;
- HOME AT HOME & Dessin (n° 1294071) couvrant notamment des publications imprimées;
- HOME EXPRESSIONS & Dessin (n° 1221154) couvrant notamment des articles de décoration pour la maison tels que mobilier, habillages de fenêtre et accessoires de salle de bain;
- HOME EXPRESSIONS EXPRESS YOUR PASSION FOR STYLE & Dessin (n° 1221155) couvrant notamment des articles de décoration pour la maison tels que mobilier, habillages de fenêtre et accessoires de salle de bain;
- HOMEWORKS & Dessin (n° 1310723) couvrant notamment des produits logiciels conçus pour permettre aux utilisateurs de mettre les produits et les couleurs d'un fabricant sur l'image numérique d'une maison;
- BEAVER HOMES & COTTAGES & Dessin (n° 1290627) couvrant notamment des livres sur la conception de maisons et de chalets et l'exploitation d'un site Web d'information dans le domaine de la conception et de la construction de maisons et de chalets;
- BEAVER HOMES & COTTAGES A CANADIAN HOME BUILDING TRADITION & Dessin (n° 1290632) couvrant notamment des livres sur la conception de maisons et de chalets, et l'exploitation d'un site Web d'information dans le domaine de la conception et de la construction de maisons et de chalets;
- HOME FURNITURE (n° 1280647) couvrant notamment le mobilier de maison et l'exploitation de magasins de détail de mobilier;
- HOME GARDENER EARTH MOVER & Dessin (n° 1300513) couvrant des pelles;

- homextra.ca (n° 1144931) couvrant notamment des publications publicitaires et des services de sites extranet offerts aux détaillants du requérant.

[50] « À toutes fins pratiques, le facteur le plus important dans la plupart des cas, et celui qui est décisif, est le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent, les autres facteurs jouant un rôle secondaire. » [*Beverley Bedding & Upholstery Co. c. Regal Bedding & Upholstering Ltd.* (1980), 47 C.P.R. (2d) 145 (C.F. 1^{re} inst.), confirmé par (1982), 60 C.P.R. (2d) 70 (C.A.F.)].

[51] Gardant ces principes à l'esprit, j'estime malgré la présence du mot *HOME* dans les marques énumérées ci-dessus que la confusion serait improbable puisque, lorsqu'on les considère dans leur intégralité, ces marques évoquent des idées différentes et ne ressemblent pas à la Marque de manière significative. De plus, dans la plupart des cas, il n'y a pas de chevauchement entre les Marchandises de la Requérante et les marchandises et services de l'Opposante.

[52] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'alinéa 16(3)*b*) n'est pas retenu et il est rejeté.







Décision

[53] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions du paragraphe 63(3) de la Loi, je repousse la demande conformément au paragraphe 38(8) de la Loi.

Lynne Pelletier
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Linda Brisebois, LL.B.

ANNEXE A






	Marque de commerce	N° dem. /N° enr.
1		LMC381072
2		LMC638451
3		LMC510668
4		LMC487398
5		LMC425959
6		LMC348817

7		LMC384063
8		1285863
9		LMC567667
10		LMC500988
11		1294071
12		LMC558258
13		1221154
14		1221155
15		LMC647819
16		1310723
17		LMC591162
18		LMC647170
19		LMC581466

20		LMC575145
21		LMC590053
22		LMC661115
23		LMC487397
24		LMC363967
25		1330458
26	HOMEHARDWARE.COM	1121928
27		LMC335948
28	HOME OF THE HANDY MAN	LMC286011
29	HELP IS CLOSE TO HOME	LMC481663
30	 Help is close to home.	LMC481665
31	HOME AUTO CLUB	LMC349805

32		LMC310728
33		LMC417026
34	HEMECARD	LMC326237
35	A CANADIAN HOME BUILDING TRADITION	1290628
36	ALL ROADS LEAD TO HOME	LMC582442
37		1290627
38		1290632
39	 GUTTER BLASTER	LMC589642
40	HOME FURNITURE	1280647
41	 EARTH MOVER	1300513
42	 Lawn-food	LMC613408
43		LMC141988

44	 DRAIN HOOK	LMC625416
45	HOME CRETE	LMC184655
46	HOME HARDWARE.CA	1107710
47	HOMELAND FURNITURE	LMC248030
48		LMC251551
49	homextra.ca	1144931
50	<small>THE HOME OF GREAT</small> INTERIORS	1205824
51	HOME ASSEMBLY	LMC331057
52		LMC335307
53	HOME BUILDER	LMC309152
54	HOME BUILDING CENTRE	LMC420924
55	HOME FOR CHRISTMAS	LMC515512
56		LMC424586
57	HOME HARDWARE	LMC276387
58		LMC294304
59	HOME PAINTER	LMC331212
60		LMC301874
61	HOME SECURITY	LMC327549

62		LMC295550
63		LMC300488
64		LMC317390
65		LMC296652
66		LMC306965
67		LMC306966
68		LMC286453
69		LMC297566
70		LMC387162
71		LMC384360
72		LMC295655
73		LMC329231
74		LMC272564