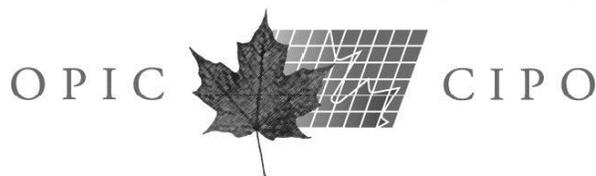


TRANSLATION/TRADUCTION



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

Référence : 2011 COMC 235
Date de la décision : 2011-11-23

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION
produite par Head Technology GmbH à
l'encontre de la demande
d'enregistrement n° 1328090 pour la
marque de commerce STUNT HEADS &
Dessin au nom de Jimmy Tees inc.**

[1] Le 13 décembre 2006, Jimmy Tees inc. (la Requérante) a produit une demande d'enregistrement pour la marque de commerce STUNT HEADS & Dessin (la Marque), reproduite ci-dessous :



[2] La demande vise les marchandises suivantes :

(1) Vêtements pour homme, nommément chemises, chandails, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, shorts. Vêtements pour femmes, nommément chemises, chandails, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, jupes, jupes-shorts, shorts, chemisiers, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement. Vêtements pour enfants, nommément chemises, chandails, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, jupes, jupes-shorts, shorts, chemisiers, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement. Articles chaussants pour adultes et enfants,

notamment chaussures habillées, chaussures sport, chaussures d'athlétisme et chaussettes. Couvre-chefs pour homme, femmes et enfants, notamment casquettes, chapeaux, bandanas, bandeaux. Sacs, notamment sacs de sport, sacs à dos. Planches à neige, planches à roulettes, planches nautiques, planches de surf, vélos, patins à roues alignées. Articles de protection pour les sports, notamment casques, protège-dents et coussinets. Matériel de sports de plein air, notamment kayaks, canots, skis, planches à neige. Autocollants promotionnels, étiquettes. Matériel de promotion et de marketing, notamment gourdes, tatouages, stylos, crayons, aimants, plaques d'immatriculation.

(2) Jeux vidéo, jeux de plateau, jeux de console, équipement de parc thématique, notamment balançoires, rampes, portiques d'escalade, équipement de planchodrome, notamment rampes, obstacles, rails, barrières, tapis. Skis nautiques, véhicules tout-terrain, chambres à air pour sports nautiques.

[3] La demande est fondée sur l'emploi de la Marque au Canada depuis le 12 janvier 2001 en liaison avec les marchandises (1) et sur un emploi projeté en liaison avec les marchandises (2).

[4] La demande a été publiée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 25 août 2008.

[5] Le 24 novembre 2008, Head Technology GmbH (l'Opposante) a produit une déclaration d'opposition à l'encontre de la demande. L'Opposante a invoqué des motifs d'opposition fondés sur les al. 38(2)a), b), c) et d) de la *Loi sur les marques de commerce*, L.R.C. 1985, ch. T-13 (la Loi).

[6] La Requérante a produit et signifié une contre-déclaration dans laquelle elle nie les allégations de l'Opposante.

[7] À l'appui de son opposition, l'Opposante a produit les affidavits de Klaus Hotter et de Sharon O'Connor.

[8] À l'appui de sa demande, la Requérante a produit l'affidavit de James Earl. L'Opposante a obtenu une ordonnance l'autorisant à contre-interroger M. Earl sur son affidavit, mais n'a pas tenu de contre-interrogatoire.

[9] En réponse à la preuve de la Requérante, l'Opposante a produit les affidavits de Jason Figueiredo et de Malgorzata Gortat.

[10] Les deux parties ont produit un plaidoyer écrit. Il n'a pas été demandé d'audience.

Le fardeau de preuve

[11] Il incombe à la Requérante de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que sa demande est conforme aux exigences de la Loi. Il incombe toutefois à l'Opposante de s'acquitter d'un fardeau de preuve initial en établissant les faits sur lesquels elle appuie chacun de ses motifs d'opposition [voir *John Labatt Limited c. The Molson Companies Limited* (1990), 30 C.P.R. (3d) 293 (C.F. 1^{re} inst.), à la page 298].

Le motif d'opposition fondé sur les alinéas 38(2)a) et 30b)

[12] L'Opposante a fait valoir que la demande n'est pas conforme à l'al. 30b) de la Loi parce que la Requérante n'a pas employé la Marque au Canada en liaison avec les marchandises (1) depuis le 12 janvier 2001.

[13] Il incombe à l'Opposante de s'acquitter d'un fardeau de preuve initial concernant la question de l'inobservation de l'al. 30b) par la Requérante. Pour s'acquitter de ce fardeau, l'Opposante peut s'appuyer, non seulement sur sa propre preuve, mais également sur la preuve de la Requérante [voir *La Brasserie Labatt Limitée c. Les Brasseries Molson, Société en nom collectif* (1996), 68 C.P.R. (3d) 216 (C.F. 1^{re} inst.), à la p. 230]. Cependant, l'Opposante peut s'appuyer sur la preuve de la Requérante pour s'acquitter du fardeau qui lui incombe relativement à ce motif, mais elle doit établir que ladite preuve est « manifestement » incompatible avec les allégations formulées dans sa demande d'enregistrement [voir *Ivy Lea Shirt Co. c. 1227624 Ontario Ltd.* (1999), 2 C.P.R. (4th) 562 (C.O.M.C.), confirmée par 11 C.P.R. (4th) 489 (C.F. 1^{re} inst.)]. De plus, l'al. 30b) exige qu'il y ait un emploi continu de la marque de commerce visée par la demande, dans la pratique normale du commerce, depuis la date alléguée [voir *Brasserie Labatt Ltée c. Benson & Hedges (Canada) Ltée* (1996), 67 C.P.R. (3d) 258 (C.F. 1^{re} inst.), à la page 262]. La date pertinente en ce qui concerne l'application de

l'art. 30 est la date de production de la demande [voir *Georgia-Pacific Corp. c. Scott Paper Ltd.* (1984), 3 C.P.R. (3d) 469 (C.O.M.C.), à la page 475].

[14] Le seul élément de preuve que fournit M. Earl, le directeur de la Requérante, en ce qui concerne l'emploi de la Marque est constitué de la phrase suivante : [TRADUCTION] « Je suis absolument certain que Jimmy Tees Inc. a employé et continue d'employer la marque STUNT HEADS & Dessin dans le commerce, au Canada, en liaison avec les marchandises (1) énoncées dans la demande d'enregistrement n° 1328090, depuis au moins le 12 janvier 2001, dans des marchés aux puces et lors des événements grand public ainsi qu'au moyen de ventes individuelles. » Il est évident que cette déclaration n'est pas conforme à la prétention énoncée dans la demande. L'Opposante a eu la possibilité de contre-interroger M. Earl, mais a choisi de ne pas le faire; elle a produit plutôt les affidavits de M. Figueiredo (enquêteur), de M^{me} O'Connor (technicienne juridique) et de M^{me} Gortat (technicienne juridique) quant à la question de savoir si la Requérante s'est conformée à l'al. 30b).

[15] M. Figueiredo s'est rendu dans certains marchés aux puces en 2010, mais n'a pas réussi à trouver les marchandises de la Requérante. Cet élément de preuve est sans importance pour deux raisons. Premièrement, ces recherches ont été effectuées longtemps après la date pertinente. Deuxièmement, le témoignage d'un déclarant qui s'est rendu dans plusieurs magasins situés dans la même ville ou la même région géographique n'est pas suffisant pour permettre à l'opposant de s'acquitter du fardeau de preuve que lui impose l'al. 30b) [voir *Valenite Inc. c. Modco Coatings Ltd.* (2001), 13 C.P.R. (4th) 348 (C.O.M.C.)].

[16] M^{me} O'Connor a effectué différentes recherches sur Internet en 2009, mais n'a pas réussi à trouver la Marque. Là encore, ces recherches ont été effectuées longtemps après la date pertinente et la preuve à cet égard ne permet pas à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau de preuve.

[17] M^{me} Gortat a fourni une copie du rapport sur le profil de l'entreprise de la Requérante, établi par Corporations Canada, ainsi qu'une copie du certificat de dissolution de la Requérante. Les deux documents indiquent le 4 octobre 2005 comme date de dissolution, mais le rapport

indique également qu'au 13 janvier 2006 l'entreprise était exploitée activement, ayant repris ses activités à cette date.

[18] Je conclus que la preuve de la dissolution permet à l'Opposante de s'acquitter du fardeau initial peu exigeant qui lui incombait. De plus, la Requérante n'a fourni aucun élément de preuve ni aucun argument expliquant comment, malgré la dissolution, la Marque a été employée de façon continue dans la pratique normale du commerce entre le 4 octobre 2005 et le 13 janvier 2006. En conséquence, elle n'a pas satisfait au fardeau ultime qui lui incombait.

[19] Le motif fondé sur l'al. 30*b*) est donc accueilli. Je fais toutefois observer que le motif fondé sur l'al. 30*b*) ne s'applique qu'aux marchandises (1).

Le motif d'opposition fondé sur les alinéas 38(2)*a*) et 30*e*)

[20] L'Opposante soutient que la demande ne satisfait pas aux exigences de l'al. 30*e*) de la Loi en ce que la Requérante n'avait pas et n'a toujours pas l'intention d'employer la Marque au Canada en liaison avec les marchandises (2), ou subsidiairement, que la Requérante a employé la Marque au Canada avant la date de production de la demande.

[21] La preuve n'étaye pas les allégations de l'Opposante qui n'a présenté aucune observation à l'appui de ce motif d'opposition. Par conséquent, le motif fondé sur l'al. 30*e*) est rejeté parce que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial.

Le motif d'opposition fondé sur les alinéas 38(2)*a*) et 30*i*)

[22] L'Opposante soutient que la demande ne satisfait pas aux exigences de l'al. 30*i*) de la Loi en ce que la Requérante ne pouvait pas être convaincue qu'elle avait le droit d'employer la Marque au Canada compte tenu du fait que, pendant toute la période pertinente, la Marque créait de la confusion avec les marques HEAD et HEAD & Dessin de l'Opposante. Toutefois, lorsque le requérant a fourni la déclaration exigée à l'al. 30*i*), le motif d'opposition fondé sur cette disposition ne devrait être retenu que dans des circonstances exceptionnelles, par exemple

lorsque la mauvaise foi du requérant a été établie [voir *Sapodilla Co. Ltd. c. Bristol-Myers Co.* (1974), 15 C.P.R. (2d) 152 (C.O.M.C.), à la page 155].

[23] Le motif d'opposition fondé sur l'al. 30*i*) est donc rejeté.

Le motif d'opposition fondé sur les alinéas 38(2)*b*) et 12(1)*d*)

[24] L'Opposante a plaidé que la Marque n'était pas enregistrable en vertu de l'al. 12(1)*d*) de la Loi parce que la Marque crée de la confusion avec les marques de commerce déposées suivantes de l'Opposante :

- a) HEAD, enregistrement n° 117580;
- b) HEAD, enregistrement n° 430867;
- c) HEAD, enregistrement n° 578095;
- d) HEAD & Dessin, enregistrement n° 166629.

[25] La marque HEAD & Dessin visée par l'enregistrement n° 166629 est illustrée ci-dessous, suivie de l'état déclaratif des marchandises :



[TRADUCTION]

- (1) Vêtements de ski, nommément pantalons de ski, manteaux de ski, chandails de ski, gants de ski, lunettes de ski et casques rigides.
- (2) Équipement de ski, nommément skis, bâtons de skis, fart pour skis, rondelles de skis, protège-spatules, instruments d'affûtage pour carres de ski, trousse de réparation pour revêtements de skis et sacs pour équipement de ski.
- (3) Équipement de tennis, nommément raquettes;
- (4) Vêtements de tennis, nommément chaussures, pantalons, vestes, tenues de tennis, chemises, chandails, jupes et robes.

[26] L'état déclaratif des marchandises figurant dans l'enregistrement n° 578095 énonce ce qui suit :

- (1) Sacs, nommément sacs de sport, sacs à dos, sacoche de ceinture, sacs de tennis, sacs à skis, sacs pour chaussures de ski, sacs à skis.
- (2) Montres-bracelets; sacs de voyage, sacs à main, valises, malles, sacs à provisions, sacs de plage, sacs de camping, bourses, étuis de toilette, sacs de toilette, porte-documents, sacs sur roues.
- (3) Lunettes.

[27] L'état déclaratif des marchandises figurant dans l'enregistrement n° 430867 énonce ce qui suit :

- (1) Bicyclettes et monocycles.

[28] L'état déclaratif des marchandises figurant dans l'enregistrement n° 117580 énonce ce qui suit :

[TRADUCTION]

- (1) Skis.
- (2) Équipement de ski, nommément bâtons de skis, fart pour skis, rondelles de skis, protège-spatules, instruments d'affûtage pour carres de ski, trousse de réparation pour revêtements de skis et sacs pour équipement de ski;
- (3) Vêtements de ski, nommément pantalons, manteaux de ski, chandails, gants, lunettes et casques;
- (4) Équipement de tennis, nommément raquettes
- (5) Vêtements de tennis, nommément chaussures, pantalons, vestes, tenues de tennis, chemises, chandails, jupes et robes.
- (6) Marchandises en cuir et en similicuir, nommément valises et malles, attaché-cases, porte-documents, sacs à provisions et filets à provisions, sacs à main, portefeuilles et bourses, étuis de toilette, nécessaires de manucure de

- voyage et trousse à couture de voyage, sacs de voyage, sacs à dos, sacs à vêtements de voyage, étuis porte-clés, sacs de camping, sacs sur roues.
- (7) Vêtements de sport, notamment shorts.
 - (8) Pantalons.
 - (9) Chemises.
 - (10) Chaussettes.
 - (11) Gants.
 - (12) Casquettes et bandeaux.
 - (13) Planches à neige.
 - (14) Raquettes de racquetball.
 - (15) Raquettes de squash.
 - (16) Serre-poignets et sacs de sport tout usage.
 - (17) Gants de racquetball.
 - (18) Chaussures de montagne.
 - (19) Chaussures de squash.
 - (20) Articles chaussants d'athlétisme, notamment chaussures d'entraînement et chaussures de sports d'intérieur.
 - (21) Chaussures décontractées, notamment mocassins et sandales.
 - (22) Bottes de ski et bottes pour planches à neige.
 - (23) Portefeuilles et sacs de hanche.
 - (24) Vêtements de protection pour athlétisme, notamment protections de colonne vertébrale et de hanche.
 - (25) Fixations de ski; raquettes de badminton et sacs pour raquettes de badminton; volants.
 - (26) Fixations de planches à neige et housses pour planches à neige.
 - (27) Bandes antidérapantes pour raquettes.
 - (28) Lunettes de protection.
 - (29) Gants tout-aller et gants habillés.
 - (30) Bicyclettes.

[29] J'examinerai d'abord la probabilité de confusion entre la marque visée par l'enregistrement n° 117580 et la Marque, car je suis d'avis que la marque déposée constitue l'argument le plus convaincant de l'Opposante.

[30] La date pertinente pour évaluer la probabilité de confusion au titre de ce motif d'opposition est la date de la présente décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c. Wickes/Simmons Bedding Ltd. et Le registraire des marques de commerce* (1991), 37 C.P.R. (3d) 413 (C.A.F.)].

[31] L'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial parce que l'enregistrement n° 117580 est en vigueur.

[32] Le paragraphe 6(2) de la Loi prévoit que l'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques dans la même région serait susceptible de faire conclure que les marchandises liées à ces marques 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.

[33] Le test en matière de confusion est celui de la première impression et du souvenir imparfait. Pour appliquer le test en matière de confusion, le registraire doit prendre en compte toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles expressément énumérées au par. 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 chacune des marques de commerce a 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. Le poids qu'il convient d'accorder à ces facteurs n'est pas forcément le même. [Voir, en général, *Mattel, Inc. c. 3894207 Canada Inc.* (2006), 49 C.P.R. (4th) 321 (C.S.C.), *Veuve Cliquot Ponsardin c. Boutiques Cliquot Ltée* (2006), 49 C.P.R. (4th) 401 (C.S.C.), et *Masterpiece Inc. c. Alavida Lifestyles Inc.* (2011), 92 C.P.R. (4th) 361 (C.S.C.).]

Le caractère distinctif inhérent des marques, la mesure dans laquelle chacune des marques est devenue connue et la période pendant laquelle les marques ont été en usage

[34] Les deux marques possèdent un caractère distinctif inhérent.

[35] Bien que la Requérante revendique l'utilisation de sa Marque depuis le 12 janvier 2001, il n'y a aucune preuve quant à l'emploi ou à la promotion de la Marque. En revanche, l'Opposante revendique l'utilisation de la marque de commerce HEAD au Canada depuis les années 1950 et M. Hotter fournit des copies d'annonces et de factures relativement aux marchandises de marque HEAD. Depuis 2005, les ventes annuelles des marchandises de marque HEAD au Canada ont dépassé 11 000 000 euros. Entre 2005 et 2009, environ 2 759 000 euros ont été consacrés à la publicité des marchandises de marque HEAD Canada.

Le genre de marchandises, services ou entreprises et la nature du commerce

[36] S'agissant de la question de la confusion au sens de l'al. 12(1)d), l'examen des marchandises et commerces des parties se fait en fonction de l'état déclaratif des marchandises ou services figurant dans la demande d'enregistrement ou dans l'enregistrement lui-même [voir *Mr. Submarine Ltd. c. Amandista Investments Ltd.* (1987), 19 C.P.R. (3d) 3 (C.A.F.); *Miss Universe, Inc. c. Dale Bohna* (1984), 58 C.P.R. (3d) 381 (C.A.F.)].

[37] Comme il a été mentionné précédemment, les seuls renseignements dont je dispose relativement à l'entreprise ou au commerce de la Requérante portent sur le fait que celle-ci vend ses marchandises par l'intermédiaire des marchés aux puces. L'Opposante vend ses marchandises par l'intermédiaire de distributeurs partout au Canada, y compris de détaillants indépendants ainsi que de chaînes importantes de magasins au détail d'équipements sportifs comme Sport Chek, National Sports, Sport Mart et Sports Experts. L'Opposante a tout d'abord vendu des skis de marque HEAD, puis elle a étendu l'emploi de sa marque HEAD à la vente de marchandises connexes et d'autres articles de sport.

[38] Les marques des deux parties sont associées à des articles et à des vêtements de sport et il n'y a aucune raison de présumer que les marchandises des parties ne pourraient être distribuées par les mêmes voies de commercialisation.

[39] Toutefois, la demande fait état de certaines marchandises qui semblent n'être liées à aucune des marchandises de l'Opposante, à savoir « jeux vidéo, jeux de plateau, jeux de console, équipement de parc thématique, nommément balançoires, rampes, portiques d'escalade [...] véhicules tout terrain ».

Le degré de ressemblance entre les marques

[40] La présentation des marques laisse voir des différences bien marquées. Toutefois, sur le plan du son, les marques se ressemblent passablement. La Marque suggère que les marchandises auxquelles elle est liée susciteraient l'intérêt de ceux qui aiment faire des acrobaties. La marque de l'Opposante ne suggère aucune idée particulière, dans la mesure où il est question des

marchandises qui y sont liées. Toutefois, vu que les skieurs font souvent des acrobaties, il est possible qu'une personne qui connaît bien les skis de marque HEAD et les articles semblables voie dans les produits portant la Marque une version spéciale des marchandises de l'Opposante destinée aux amateurs d'acrobaties.

[41] Bien que le premier mot de la Marque ne figure pas dans la marque de l'Opposante, la Requérante a repris celle-ci intégralement dans sa marque.

conclusion

[42] Après avoir examiné toutes les circonstances de l'espèce, je conclus que la Requérante n'a pas établi, selon la prépondérance des probabilités, que la marque STUNT HEADS & Dessin n'est pas susceptible de créer de la confusion avec la marque HEAD relativement aux marchandises autres que les « jeux vidéo, jeux de plateau, jeux de console, équipement de parc thématique, nommément balançoires, rampes, portiques d'escalade et véhicules tout terrain ». La confusion semble probable à l'égard des autres marchandises de la Requérante, vu la ressemblance entre les marques, le fait que seule la marque de l'Opposante a acquis une réputation et le chevauchement entre les marchandises. Toutefois, la confusion semble peu probable à l'égard des « jeux vidéo, jeux de plateau, jeux de console, équipement de parc thématique, nommément balançoires, rampes, portiques d'escalade et véhicules tout terrain » parce qu'il n'est pas établi que l'Opposante vend de telles marchandises ou que ces marchandises constitueraient une extension naturelle de son entreprise.

[43] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'al. 12(1)d) est accueilli en partie à l'égard de l'enregistrement n° 117580.

[44] La position de l'Opposante n'est pas plus forte quant aux autres enregistrements qu'elle a invoqués.

Le motif d'opposition fondé sur l'al. 38(2)c) et sur l'art. 16

[45] L'Opposante soutient que la Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque parce que le 12 janvier 2001 et le 13 décembre 2006, la Marque créait de la confusion avec

- i) les marques HEAD et HEAD & Dessin de l'Opposante, employées antérieurement au Canada en liaison avec divers articles et vêtements de sport, contrairement aux al. 16(1)a) et 16(3)a);
- ii) la marque HEAD & Dessin de l'Opposante visée par la demande d'enregistrement n° 1192930 produite le 7 octobre 2003, contrairement aux al. 16(1)b) et 16(3)b);
- iii) le nom commercial Head de l'Opposante, employé antérieurement au Canada en liaison avec divers articles et vêtements de sport, contrairement aux al. 16(1)c) et 16(3)c).

[46] L'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial relativement aux motifs d'opposition fondés sur les al. 16(1)a) et 16(3)a). Bien que les dates pertinentes pour évaluer la probabilité de confusion au regard de ces motifs d'opposition (le 12 janvier 2001 en ce qui concerne les marchandises (1) et le 13 décembre 2006 en ce qui concerne les marchandises (2)) soient de beaucoup antérieures à la date applicable au motif d'opposition fondé sur l'al. 12(1)d), je ne peux arriver à une conclusion différente. Pour les raisons énoncées quant au motif d'opposition fondé sur l'al. 12(1)d), le motif fondé sur l'al. 16(1)a) est accueilli à l'égard de toutes les marchandises (1), alors que le motif fondé sur l'al. 16(3)a) n'est accueilli qu'à l'égard des marchandises (2) autres que « jeux vidéo, jeux de plateau, jeux de console, équipement de parc thématique, nommément balançoires, rampes, portiques d'escalade et véhicules tout terrain ».

[47] L'Opposante s'est acquittée de son fardeau initial au regard du motif d'opposition fondé sur l'al. 16(3)b), mais non au regard du motif fondé sur l'al. 16(1)b), parce que sa demande

d'enregistrement n° 1192930 a été produite avant la date de production de la demande d'enregistrement de la Marque, mais non avant la date de premier emploi revendiquée par la Requérante. La demande d'enregistrement n° 1192930 était toujours pendante en date du 25 juin 2008, comme le prévoit le par. 16(4) de la Loi.

[48] Les marchandises visées par la demande d'enregistrement n° 1192930 sont des antisudoraux, des déodorants, des gels pour le bain et pour la douche et d'autres produits semblables. Ces marchandises ne sont liées à aucune des marchandises de la Requérante et rien n'indique que la marque de l'Opposante a acquis une réputation en liaison avec de telles marchandises. Pour ces motifs, je conclus que la Marque n'était pas susceptible de créer de la confusion avec la marque visée par la demande d'enregistrement n° 1192930 au 13 décembre 2006.

[49] Pour les motifs qui précèdent, les motifs d'opposition fondés sur les al. 16(1)*b*) et 16(3)*b*) ne sont pas accueillis.

[50] Dans son plaidoyer écrit, l'Opposante ne traite pas de la probabilité de confusion entre la Marque et le nom commercial de l'Opposante, invoquée suivant les al. 16(1)*c*) et 16(3)*c*). De plus, il semble que l'Opposante ne se soit pas acquittée de son fardeau initial au regard de ces motifs d'opposition puisque je ne suis pas certaine que la preuve établit l'emploi du nom commercial au Canada avant le 12 janvier 2001 ou le 13 décembre 2006. Je rejette par conséquent les motifs d'opposition fondés sur les al. 16(1)*c*) et 16(3)*c*).

Le motif d'opposition fondé sur le caractère distinctif

[51] L'Opposante soutient que la Marque ne distingue pas les marchandises de la Requérante parce qu'elle crée de la confusion avec les marques déposées HEAD et HEAD & Dessin de l'Opposante.

[52] La date pertinente pour apprécier le risque de confusion au titre de ce motif est 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.)]. L'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial puisque

sa preuve établit que ses marques avaient acquis, à cette date au Canada, une réputation suffisante pour affaiblir le caractère distinctif de la Marque de la Requérante [voir *Bojangles' International LLC c. Bojangles Café Ltd.* (2006), 48 C.P.R. (4th) 427 (C.F.)].

[53] Dans les circonstances de l'espèce, la date à laquelle la question de la confusion est déterminée n'a aucune incidence. Par conséquent, l'issue du motif d'opposition fondé sur le caractère distinctif est identique à celle du motif d'opposition fondé sur l'al. 12(1)d).

Conclusion

[54] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu du par. 63(3) de la Loi, je repousse la demande d'enregistrement à l'égard des marchandises suivantes :

Vêtements pour homme, nommément chemises, chandails, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, shorts. Vêtements pour femmes, nommément chemises, chandails, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, jupes, jupes shorts, shorts, chemisiers, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement. Vêtements pour enfants, nommément chemises, chandails, vestes, cravates, tee-shirts, pantalons, jupes, jupes-shorts, shorts, chemisiers, pulls d'entraînement, pantalons d'entraînement. Articles chaussants pour adultes et enfants, nommément chaussures habillées, chaussures sport, chaussures d'athlétisme et chaussettes. Couvre chefs pour homme, femmes et enfants, nommément casquettes, chapeaux, bandanas, bandeaux. Sacs, nommément sacs de sport, sacs à dos. Planches à neige, planches à roulettes, planches nautiques, planches de surf, vélos, patins à roues alignées. Articles de protection pour les sports, nommément casques, protège dents et coussinets. Matériel de sports de plein air, nommément kayaks, canots, skis, planches à neige. Autocollants promotionnels, étiquettes. Matériel de promotion et de marketing, nommément gourdes, tatouages, stylos, crayons, aimants, plaques d'immatriculation. Équipement de planchodrome, nommément rampes, obstacles, rails, barrières, tapis. Skis nautiques, chambres à air pour sports nautiques.

Je rejette l'opposition pour ce qui est des autres marchandises, conformément au par. 38(8) de la Loi. [Sur la question des décisions partagées, voir *Produits Ménagers Coronet Inc. c. Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH* (1986), 10 C.P.R. (3d) 482 (C.F. 1^{re} inst.).]

Jill W. Bradbury
Membre
Commission des oppositions des marques de commerce
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme
Semra Denise Omer