



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

Référence : 2014 COMC 284
Date de la décision : 2014-12-18
TRADUCTION

**DANS L'AFFAIRE DE L'OPPOSITION
produite par McCallum Industries
Limited à l'encontre de la demande
d'enregistrement n° 1,504,832 pour la
marque de commerce OX & PALM au
nom de H.J. Heinz Company Australia
Limited**

[1] Le 22 novembre 2010, H.J. Heinz Company Australia Limited (la Requérante) a produit une demande d'enregistrement pour la marque de commerce OX & PALM (la Marque) fondée sur l'emploi et l'enregistrement de cette dernière en Australie en liaison avec les produits suivants (les Produits) :

[TRADUCTION]

(1) Viande et viandes transformées, nommément, viandes salées et viandes en conserve.

[2] La demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* du 20 juillet 2011.

[3] Le 14 septembre 2011, McCallum Industries Limited (l'Opposante) a produit une déclaration d'opposition dans laquelle elle soulève les motifs d'opposition résumés ci-dessous.

(a) La demande n'est pas conforme à l'article 30*b*) de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, ch T-13 (la Loi), car la Requérante a employé la Marque

au Canada en liaison avec les Produits et la demande n'indique pas la date à laquelle la Requérante a commencé à employer la Marque.

- (b) La demande n'est pas conforme à l'article 30*i*) de la Loi, car la Requérante connaissait l'existence de l'enregistrement de la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante et ne pouvait donc pas être convaincue d'avoir droit d'employer la Marque.
- (c) La Marque n'est pas enregistrable aux termes de l'article 12(1)*d*) de la Loi, parce qu'elle crée de la confusion avec la marque de commerce visée par l'enregistrement suivant de l'Opposante :

N° d'enregistrement Marque de commerce

LMC585,132



- (d) La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque aux termes de l'article 16(2)*a*) de la Loi, car, à la date de production, la Marque créait de la confusion avec la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante qui avait antérieurement été employée en liaison avec du bœuf salé en conserve, du bœuf en conserve, du saucisson viennois et des viandes froides.
- (e) La Marque n'est pas distinctive au sens de l'article 2 de la Loi, eu égard à la marque de commerce de l'Opposante.

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

[5] Comme preuve, l'Opposante a produit les affidavits de Graeme John Watson, Alan Booth et Mark Cameron McLeod, ainsi qu'une copie certifiée de l'enregistrement de marque de commerce n° LMC585,132. M. Watson a été contre-interrogé relativement à son affidavit et une transcription de ce contre-interrogatoire ainsi que diverses pièces ont été versées

au dossier. Comme preuve, la Requérante a produit une copie certifiée de l'enregistrement n° LMC650,968

[6] Les parties ont toutes deux produit un plaidoyer écrit. Une audience a été tenue le 25 août 2014; la Requérante y était représentée.

Dates pertinentes et fardeau de preuve

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

- articles 38(2)a)/30 – la date de production de la demande d'enregistrement [voir *Georgia-Pacific Corp c Scott Paper Ltd* (1984), 3 CPR (3d) 469 (COMC) à 475];
- articles 38(2)b)/12(1)d) – la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et le Registraire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3d) 413 à 422 (CAF)];
- articles 38(2)c)/16(2) – la date de production de la demande d'enregistrement [voir l'article 16(2)];
- articles 38(2)d)/2 – la date de production de la déclaration d'opposition [voir *Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc* (2004), 34 CPR (4th) 317 à 324 (CF)].

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

[9] S'agissant du point i) ci-dessus, l'opposant doit s'acquitter du fardeau de preuve de prouver les faits sur lesquels il fonde les allégations formulées dans sa déclaration d'opposition : *John Labatt Limited c Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst.) à 298. Le fait qu'un fardeau de preuve soit imposé à l'opposant signifie que, pour qu'une question donnée soit prise en considération, il doit y avoir au dossier une preuve suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de cette question. S'agissant du point ii) ci-dessus, le requérant a le fardeau ultime de démontrer que sa demande ne contrevient pas aux dispositions de la Loi qui sont alléguées par l'opposant (mais uniquement à

l'égard des allégations relativement auxquelles l'opposant s'est acquitté de son fardeau de preuve). Le fait que le fardeau ultime incombe au requérant signifie que s'il est impossible de parvenir à une conclusion déterminante une fois que toute la preuve a été présentée, la question doit être tranchée à l'encontre du requérant.

Décisions antérieures de la Cour fédérale et de la Cour d'appel fédérale

[10] La Requérante cite les décisions rendues par la Cour fédérale et la Cour d'appel fédérale relativement à la demande de l'Opposante de radier l'enregistrement n° LMC650,968. Dans *McCallum Industries Limited c HJ Heinz Company Australia Ltd* 2011 CF 1216, le juge Pinard a statué que la marque de commerce OX & PALM ne créait pas de confusion avec la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante et que la vente des produits PALM & Device par l'Opposante ne rendait pas la marque de commerce OX & PALM non distinctive. Dans *McCallum Industries Limited c HJ Heinz Company Australia Ltd* 2013 CAF 5, la Cour a rejeté l'appel de la décision du juge Pinard déposé par l'Opposante. Je ne suis pas liée aux conclusions et aux constatations énoncées dans ces décisions dans la mesure où la preuve dont je dispose en l'espèce est différente (*Vibe Ventures LLC c CTV Limited*, 2010 COMC 166, para. 59 et 60).

Motif d'opposition fondé sur l'article 30i)

[11] Le motif d'opposition fondé sur l'article 30i) porte que la Requérante ne pouvait pas être convaincue d'avoir droit d'employer la Marque parce que cette dernière crée de la confusion avec la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante. Lorsque le requérant a fourni la déclaration exigée par l'article 30i), ce motif ne devrait être accueilli que dans des circonstances exceptionnelles, comme lorsqu'il existe une preuve de mauvaise foi [*Sapodilla Co c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC) à 155]. Étant donné que la présente demande renferme la déclaration exigée et qu'il n'y a en l'espèce ni allégation ni preuve de mauvaise foi ou d'autres circonstances exceptionnelles, le motif d'opposition fondé sur l'article 30i) est rejeté.

Motif d'opposition fondé sur l'article 30b)

[12] L'Opposante allègue que la demande n'est pas conforme à l'article 30b) de la Loi, parce que la Requérante a employé la Marque au Canada avant la date de production de la demande et qu'elle n'a pas indiqué la date de premier emploi dans la demande. L'article 30b) de la Loi prévoit ce qui suit :

Quiconque sollicite l'enregistrement d'une marque de commerce produit au bureau du registraire une demande renfermant, dans le cas d'une marque de commerce qui a été employée au Canada, la date à compter de laquelle le requérant ou ses prédécesseurs en titre désignés, le cas échéant, ont ainsi employé la marque de commerce en liaison avec chacune des catégories générales de produits ou services décrites dans la demande.

Preuve que la Requérante a employé la Marque

[13] Mark Cameron McLeod, un stagiaire en droit employé par l'agent de l'Opposante, a joint comme pièce B une copie de l'affidavit de David Wooby. Cet affidavit avait été produit devant la Cour fédérale dans le contexte de la demande de l'Opposante de radier l'enregistrement n° LMC 650,968 en vertu de l'article 57 de la Loi. L'affidavit de M. Wooby a été souscrit le 27 janvier 2011 et contient l'information suivante :

Pièce B, page 000002	M. Wooby travaille pour [la Requérante] à titre de gestionnaire des ventes à l'exportation - Pacifique et International.
Pièce B, page 000005	Une cargaison de produit de bœuf salé de marque OX & PALM est arrivée à Vancouver le 28 août 2010. Le distributeur, Centennial Foodservice, a vendu des produits carnés OX & PALM, nommément du bœuf salé et du bœuf en conserve aux détaillants suivants à Vancouver : Kay Market, South Burnaby Market, AFOD Ltd et Henlong Market.

[14] La preuve de l'Opposante permet d'inférer que la Marque a été employée au moins aussitôt que le 28 août 2010, soit trois mois avant la date de production de la demande (le 22 novembre 2010). L'Opposante soutient que l'article 30b), lorsqu'on l'interprète littéralement, signifie que si un requérant a employé une marque de commerce au Canada, l'emploi en question

doit être revendiqué dans la demande. Si un tel emploi n'est pas revendiqué, une opposition à la demande fondée sur la non-conformité de la demande avec l'article 30*b*) devrait être accueillie.

Un tel emploi au Canada doit-il être revendiqué?

[15] Une lecture simple de l'article 30 de la Loi donne à penser que le requérant a l'obligation positive de revendiquer tout emploi de la marque de commerce au Canada, puisque cet article porte que, « dans le cas d'une marque de commerce qui a été employée au Canada », la demande doit renfermer la date à compter de laquelle l'emploi est revendiqué.

[16] Toutefois, au moins un commentateur a indiqué qu'étant donné l'esprit de la Loi, l'article 30*b*) n'exigeait pas nécessairement qu'un requérant qui a employé sa marque de commerce au Canada fonde sa demande sur l'emploi ou la révélation au Canada aux termes de l'article 16(1). Le choix du fondement de la demande est plutôt laissé à la discrétion du requérant (Odutola on Canadian Trade-mark Practice and Procedure, 3.4 — Claims — Basis of the Trade-Mark Application).

[17] Cette interprétation est compatible avec les déclarations antérieures de la Cour fédérale et du registraire à ce sujet. Dans *Effigi Inc c Canada (Procureur général)*, 2004 CF 1000, le juge Shore a indiqué que, si une demande d'enregistrement est fondée sur l'emploi, le requérant est tenu, aux termes de l'article 30*b*), de préciser dans sa demande depuis combien de temps il emploie la marque de commerce (para. 40). Dans *Conseil canadien des ingénieurs c Kelly Properties, LLC*, 2012 CF 1344, le juge O'Keefe a fait observer que l'emploi et l'enregistrement à l'étranger, et l'emploi, constituaient des fondements subsidiaires (para. 134). Enfin, dans *Rebel Sports Ltd c Black Beauty Custom Sticks LLC* (2009), 74 CPR (4th) 185 à 188 (COMC), le registraire a statué qu'un motif d'opposition fondé sur l'article 30*b*) de la Loi, portant qu'il y avait eu emploi au Canada et que cet emploi n'était pas revendiqué dans la demande, était sans portée pratique, car la demande (dans sa version modifiée) était fondée uniquement sur l'emploi et l'enregistrement à l'étranger.

[18] Dans le présent contexte, étant donné que la revendication d'emploi et d'enregistrement à l'étranger de la Requérante n'a pas été contestée, il ne serait pas raisonnable de repousser la demande sur la base de la non-conformité à l'article 30*b*). Cette conclusion rejoint les décisions

du registraire dans *Lowenbrau AG c Telesforo Fini SpA* (1991), 36 CPR (3d) 54 à 60 (COMC) et *Arbor Memorial Services Inc c NewPage Wisconsin System Inc* (2013), 115 CPR (4th) 375, para. 9 à 20 (COMC), dans lesquelles le registraire a statué que même si une demande n'était pas conforme à l'article 30*b*), elle pouvait tout de même être accueillie sur le fondement de l'article 16(2).

[19] Par conséquent, je rejette ce motif d'opposition et je conclus que si une demande est produite uniquement sur le fondement de l'emploi et de l'enregistrement à l'étranger, il n'y a aucune obligation de revendiquer l'emploi au Canada au titre de l'article 30*b*).

Motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)*d*)

[20] L'Opposante allègue que la Marque n'est pas enregistrable aux termes de l'article 12(1)*d*) de la Loi, parce qu'elle crée de la confusion avec la marque de commerce déposée de l'Opposante dont les détails sont reproduits ci-dessous :

N° d'enregistrement	Marque de commerce	Produits et services
LMC585,132		[TRADUCTION] Bœuf en conserve

[21] J'ai exercé mon pouvoir discrétionnaire de consulter le registre et je confirme que cet enregistrement est en règle. L'Opposante s'est donc acquittée de son fardeau de preuve initial à l'égard de ce motif.

[22] Le test à appliquer pour déterminer la probabilité de confusion est énoncé à l'article 6(2) de la Loi, qui porte que l'emploi d'une marque de commerce crée de la confusion avec une autre marque de commerce lorsque l'emploi des deux marques de commerce dans la même région serait susceptible de faire conclure que les produits liés à ces marques de commerce sont fabriqués, vendus, donnés à bail ou loués, ou que les services liés à ces marques sont loués ou exécutés, par la même personne, que ces produits ou ces services soient ou non de la même catégorie générale. Aux fins de cette appréciation, je dois tenir compte de toutes les circonstances pertinentes de l'espèce, y compris celles énumérées à l'article 6(5) : le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues

connues; la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; le genre de marchandises, services ou entreprises; la nature du commerce; et le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Dans *Veuve Clicquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée*, [2006] 1 RCS 824, au para. 20, la Cour suprême du Canada a indiqué de quelle façon le test doit être appliqué :

[TRADUCTION]

Le critère applicable est celui de la première impression que laisse dans l'esprit du consommateur ordinaire plutôt pressé la vue [de la marque] alors qu'il n'a qu'un vague souvenir des marques de commerce [précédentes] et qu'il ne s'arrête pas pour réfléchir à la question en profondeur, pas plus que pour examiner de près les ressemblances et les différences entre les marques.

Les critères énoncés à l'article 6(5) ne forment pas une liste exhaustive et le poids qu'il convient d'accorder à chacun de ces critères varie selon les circonstances de l'espèce [*Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, [2006] 1 SCR 772 (SCC) au para. 54]. Je m'appuie également sur l'arrêt *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc* (2011), 92 CPR (4th) 361 (CSC), dans lequel la Cour suprême du Canada, au para. 49, a indiqué que le critère énoncé à l'article 6(5)e), la ressemblance entre les marques, est souvent celui qui revêt le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion.

Le caractère distinctif inhérent

[23] Ce facteur favorise légèrement l'Opposante. Étant donné qu'il n'existe pas de lien clair entre les produits visés par l'enregistrement de l'Opposante et le mot PALM ou la représentation d'une scène tropicale, j'estime que la marque de l'Opposante possède un caractère distinctif inhérent. En outre, je considère que la combinaison des mots OX et PALM est unique, car il n'y a aucun rapport apparent entre ces deux mots. De ce fait, la signification de la Marque est plutôt obscure et, donc, intrinsèquement distinctive (quoique moins que la marque de commerce de l'Opposante étant donné que OX peut s'entendre, entre autres, d'une vache ou d'un bœuf (affidavit McLeod, pièce D)).

La mesure dans laquelle les marques sont devenues connues et la période pendant laquelle elles ont été en usage

[24] Ce facteur favorise l'Opposante, car cette dernière vend des produits de marque PALM & Device de façon continue au Canada depuis 1998, y compris du bœuf salé, de la tartinade de foie, du saucisson viennois et des viandes froides (affidavit Watson affidavit, para. 8, 12 et 13, pièces C et D). Il semble également que la marque de commerce PALM & Device ait fait l'objet d'une certaine publicité. La Requérante, en revanche, n'a produit aucune preuve de l'emploi de sa marque de commerce au Canada. Ni l'affidavit de M. Wooby (pièce B de l'affidavit de M. McLeod), ni la décision antérieure du registraire, qui a conclu à l'emploi, dans la procédure de radiation en vertu de l'article 45 engagée à l'égard de l'enregistrement n° LMC650,968 ne peuvent être utilisés comme une preuve que la marque de commerce OX & PALM a été employée de façon continue ou dans une mesure substantielle au Canada. Une telle conclusion de droit ne pourrait être tirée qu'à la lumière de faits qui ont été établis dans le cadre de la présente opposition [voir *Purafil Canada Ltd c Purafil, Inc* 2012 COMC 105 para. 19 et 20].

Le genre de produits et la nature du commerce

[25] Ce facteur favorise l'Opposante de manière considérable, car les produits et les voies de commercialisation semblent être identiques (affidavit McLeod, pièce B; affidavit Watson, para. 11).


Le degré de ressemblance entre les marques de commerce


[26] Dans *Masterpiece, précité*, la Cour suprême du Canada a fait observer qu'il est préférable, lorsqu'il s'agit d'évaluer la ressemblance, de se demander d'abord si les marques de commerce présentent un aspect particulièrement frappant ou unique (para. 64). En l'espèce, la caractéristique la plus frappante de la Marque tient au fait que la Marque combine deux éléments, OX et PALM, qui sont sans rapport l'un avec l'autre - le premier mot désignant un animal domestiqué de grande taille et le second se rapportant aux palmiers. En comparaison, l'élément le plus frappant de la marque de commerce de l'Opposante est le mot PALM qui apparaît sous un paysage tropical. Considérées dans leur ensemble, les marques de commerce ne se ressemblent que modérément sur les plans visuel et sonore du fait du mot OX qu'on retrouve dans la Marque et du dessin de paysage tropical qui accompagne la marque de commerce de l'Opposante, car ces deux éléments engendrent des différences dans la présentation et suggèrent

des idées différentes (l'association de deux mots en apparence sans rapport, dans le cas de la Marque, et un endroit tropical, dans le cas de la marque de l'Opposante). Par conséquent, ce facteur favorise la Requérante.

Preuve de l'état du registre

[27] M. Booth, qui est le président de Alan Booth & Co., Trade Mark Research Ltd., a effectué une recherche en mai 2012 dans le but de repérer toutes les marques actives comprenant les mots OX ou PALM et se rapportant aux viandes (para. 1 et 2 de l'affidavit Booth). Les marques les plus pertinentes que M. Booth a repérées lors de sa recherche sont énumérées ci-dessous. La seule conclusion que je peux tirer de cette preuve est que la marque de commerce OX & PALM de la Requérante est la seule marque inscrite au registre à combiner les éléments nominaux OX et PALM et à être destinée à un emploi en liaison avec des produits carnés (voir *McCallum Industries Limited c HJ Heinz Company Australia Ltd* 2011 CF 1216, para. 60, dans laquelle la Cour est arrivée à une conclusion similaire).

N° de demande ou d'enregistrement	Marque de commerce	État déclaratif des produits [TRADUCTION]
Propriétaire		
LMC340,787 TFI Foods Ltd. / Les Aliments TFI Ltee	OX HEAD BRAND	(1) Riz non cuit et crevettes, pétoncles, poisson d'eau douce, poisson de mer, langoustines, crabe, palourdes, cuisses de grenouilles, huîtres, seiche et homard congelés et en conserve.
LMC721,922 Bangkok Meat Balls Foods Co., Ltd.		(1) Riz, nouilles de riz, vermicelle de riz, boulettes de viande, crème de noix de coco, aliments en conserve, notamment haricots mung. (2) Haricots mung.

N° de demande ou d'enregistrement	Marque de commerce	État déclaratif des produits [TRADUCTION]
LMCDF50270 Propriétaire Parmalat Canada Inc.	PALM	(1) Lait, crème, œufs et volaille.
LMC311,773 Propriétaire Parmalat Canada Inc.	PALM	(1) ... jambons, bacon, lard, saucisson, volaille, jus de fruits, boissons aux fruits et limonade.
LMC570,657 Élevages Périgord (1993) inc.,		(1) Pâté de foie gras, foie gras, cuisses de canard, ailes de canard, aiguillettes de canard, peau de canard, carcasses de canard, canards entiers, graisse de canard, rillettes de canard, gésiers de canard, mousse de foie gras, magrets de canard, pâté de canard.
LMC815,330 Sarpir Canada Trading Corp.	GOLDEN PALM FOODS	(1)... assaisonnement barbecue...

Autres circonstances de l'espèce – Preuve de confusion réelle

[28] M. Watson a joint à son affidavit un courriel reçu d'un des clients de l'Opposante, General Import in the Territory of Wallis and Futuna Islands, qui a commandé à l'Opposante divers produits de bœuf salé de marque PALM & Device et lui a demandé de [TRADUCTION] « compléter au besoin » avec des produits OX & PALM (para. 22 et 23; pièce I). Bien qu'une preuve de confusion réelle dans une juridiction étrangère puisse être pertinente [*Pharmacia & Upjohn Animal Health AB c Fidia SpA* (2005), 5 CPR (4th) 199 à 124 (COMC)], l'unique cas de confusion présenté en l'espèce ne saurait favoriser l'Opposante de manière significative.

Entente à l'amiable

[29] M. Watson a joint à son affidavit une entente intervenue entre la Requérante et l'Opposante faisant suite à la demande d'enregistrement pour la marque de commerce OX & PALM que la Requérante a produite en Nouvelle-Zélande et à laquelle l'Opposante s'est opposée. Je ne considère pas cette entente à l'amiable comme une circonstance pertinente de l'espèce. Premièrement, la marque de l'Opposante dont il est question dans l'entente à l'amiable est PALM BRAND (et non la marque de commerce figurative PALM & Device). Deuxièmement, la décision de la Requérante de conclure une entente à l'amiable portant qu'elle accepte de ne pas produire de demandes d'enregistrement pour des marques de commerce comprenant le terme PALM en liaison avec des produits carnés dans une juridiction étrangère ne signifie pas nécessairement que les marques créent de la confusion au Canada.

Enregistrement antérieur identique

[30] Le fait que la marque de commerce OX & PALM soit déjà l'objet de l'enregistrement n° LMC650,968 n'est, à mon sens, pas utile à la Requérante dans ses efforts pour démontrer qu'il n'existe pas de probabilité de confusion. La Requérante soutient que l'existence de cet enregistrement est une circonstance pertinente en l'espèce, car la Cour fédérale a statué qu'il était valide et qu'il visait une marque de commerce distinctive ne créant pas de confusion avec la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante. Or, il est bien établi que le fait d'être propriétaire d'un enregistrement ne confère pas au requérant un droit automatique à l'enregistrement d'autres marques de commerce, même si ces marques sont étroitement liées à la marque de commerce visée par le premier enregistrement [voir *Coronet-Werke Heinrich Schlerf GmbH c Produits Ménagers Coronet Inc* (1984), 4 CPR (3d) 108 à 115 (COMC)]. En l'espèce, ce principe s'applique même si les marques en question sont identiques, car les dates pertinentes qui s'appliquent et la preuve dont je dispose sont différentes de celles prises en considération par le registraire et la Cour fédérale.

Conclusion

[31] Compte tenu de toutes les circonstances de l'espèce, je conclus que, selon la prépondérance des probabilités, il n'existe pas de probabilité raisonnable de confusion. Les

différences entre les marques sont suffisantes pour rendre la confusion improbable même si les produits et la nature du commerce sont identiques. La confusion est improbable entre des marques qui présentent des caractéristiques communes, mais comportent parallèlement des différences prédominantes [voir *Foodcorp Ltd c. Chalet Bar-B-Q (Canada) Inc* (1982), 66 CPR (2d) 56 à 73 (CAF)]. La présence de OX dans la Marque engendre une différence prédominante. En conséquence, ce motif d'opposition est rejeté.

Motifs d'opposition restants

[32] Les motifs d'opposition restants sont également liés à la question de la confusion entre la Marque et la marque de commerce PALM & Device de l'Opposante. Les dates pertinentes pour l'appréciation de la probabilité de confusion eu égard aux motifs fondés sur l'absence de droit à l'enregistrement et l'absence de caractère distinctif sont, respectivement, la date de production de la demande et la date de l'opposition. J'estime que la différence entre les dates pertinentes n'a pas d'incidence significative sur la détermination de la probabilité de confusion entre la marque de commerce de l'Opposante et la Marque. L'Opposante s'est, certes, acquittée de son fardeau initial, mais la Requérante s'est acquittée de son fardeau ultime; en effet, pour les raisons énoncées dans mon analyse du motif fondé sur l'article 12(1)d), j'estime qu'il n'existe pas de probabilité de confusion.

Décision

[33] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition conformément aux dispositions de l'article 38(8) de la Loi.

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

Traduction certifiée conforme
Judith Lemire, trad.