

O P I C



C I P O

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE  
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

**Référence : 2022 COMC 163**

**Date de la décision : 2022-08-23**

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,  
NON RÉVISÉE]**

**DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION**

**Gooddoctor Pharmaceutical Group  
Co., Ltd.**

**Opposante**

**et**

**Ping An Insurance (Group) Company  
of China, Ltd.**

**Requérante**

**1,900,431 pour PING AN GOOD  
DOCTOR dessin**

**Demande**

INTRODUCTION

[1] Ping An Insurance (Group) Company of China, Ltd. (la Requérante) a produit la demande n° 1,900,431 pour enregistrer la marque de commerce PING AN GOOD DOCTOR dessin (la Marque), reproduite ci-dessous.

**PING AN GOOD DOCTOR**

[2] La demande est fondée sur l'emploi projeté de la Marque au Canada en liaison avec les produits et services énoncés à l'annexe A de cette décision.

[3] Gooddoctor Pharmaceutical Group Co., Ltd. (l'Opposante) s'est opposée à la Demande.

[4] Pour les raisons qui suivent, l'opposition est rejetée.

#### LE DOSSIER

[5] La demande n° 1,900,431 (la Demande) a été produite le 23 mai 2018 et a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* le 1<sup>er</sup> avril 2020. Le 20 mai 2020, l'Opposante a produit une déclaration d'opposition à l'encontre de la Demande en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi). Je note que la Loi a été modifiée le 17 juin 2019. Puisque la Demande en l'espèce a été annoncée après le 17 juin 2019, la Loi dans sa version modifiée s'applique (voir l'article 69.1 de la Loi).

[6] L'Opposante soulève des motifs d'opposition fondés sur l'enregistrabilité en vertu de l'article 12(1)*d*), le caractère distinctif en vertu de l'article 2, la mauvaise foi en vertu de l'article 38(2)*a.1*) et la non-conformité à l'article 38(2)*e*) de la Loi.

[7] Pour ses motifs d'opposition fondés sur une probabilité de confusion présumée, l'Opposante invoque sa marque de commerce déposée intitulée Caractères chinois HAO YI SHENG & Dessin (enregistrement n° LMC721,718), reproduite ci-dessous.



[8] L'enregistrement de l'Opposante couvre les produits et services établis à l'annexe B de cette décision. L'Opposante fait valoir qu'il y a une probabilité de confusion entre les marques de commerce des parties, puisque les Canadiens comprenant le chinois interpréteront que la marque de commerce déposée de l'Opposante signifie « good doctor » [bon médecin].

[9] La Requérante a produit une contre-déclaration réfutant les motifs d'opposition.

[10] Aucune des parties n'a produit de preuve. Seule la Requérante a produit des observations écrites et aucune audience n'a été tenue.

#### FARDEAU DE PREUVE

[11] C'est à la Requérante qu'incombe le fardeau ultime de démontrer que la Demande est conforme aux exigences de la Loi. Il incombe toutefois à l'Opposante de s'acquitter du fardeau initial de présenter une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués au soutien de chacun de ses motifs d'opposition. Une fois que l'Opposante s'est acquittée de ce fardeau de preuve initial, la Requérante doit convaincre le registraire, selon la prépondérance des probabilités, que les motifs d'opposition plaidés ne devraient pas faire obstacle à l'enregistrement de la Marque [voir *John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1<sup>re</sup> inst), à la p. 298; *Dion Neckwear Ltd c Christian Dior, SA* (2002) 20 CPR (4th) 155 (CAF)].

#### ANALYSE

##### **Commentaires préliminaires concernant la déclaration d'opposition**

[12] La déclaration d'opposition en l'espèce a été produite auprès du registraire par voie électronique comprend un document joint intitulé [TRADUCTION] « Soutien pour chaque motif d'opposition ». Je ferai renvoi à ce document en tant que [TRADUCTION] « document supplémentaire ». Le document supplémentaire comprend d'autres arguments en appui de chacun des motifs d'opposition de l'Opposante; toutefois, dans certains cas, le document supplémentaire semble également chercher à intégrer des éléments de preuve.

[13] Par exemple, dans le cadre du motif d'opposition fondé sur la mauvaise foi de l'Opposante en vertu de l'article 38(2)a.1) de la Loi, le document supplémentaire comporte ce qui semble être un extrait de la base de données en ligne de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada énumérant quinze demandes d'enregistrement de marque de commerce produites par la Requérante (y compris la présente Demande), y compris certains détails de ces demandes et leur statut. De plus, à l'appui au motif d'opposition de l'Opposante fondé sur l'article 38(2)e) de

la Loi, le document supplémentaire comporte un extrait d'une entrée Wikipédia concernant la Requérante.

[14] En l'espèce, j'accepte le document supplémentaire comme faisant partie de la déclaration d'opposition de l'Opposante et j'estime que son contenu constitue des faits pertinents invoqués à l'appui de ses motifs d'opposition. Cependant, je ne peux pas considérer le contenu du document supplémentaire comme une preuve dans cette procédure, à tout le moins puisque le document n'est pas sous la forme d'un affidavit ou d'une déclaration solennelle et n'est donc pas conforme aux exigences en matière de preuve établies à l'article 49 du *Règlement sur les marques de commerce* (le Règlement). Je note que le document supplémentaire n'est également pas conforme aux exigences relatives aux délais pour produire la preuve établies à l'article 50 du Règlement et peut également être rejeté à titre de preuve pour cette raison.

[15] De plus, en ce qui a trait au statut et aux détails des autres demandes produites par la Requérante qui sont mentionnées dans le document supplémentaire, l'Opposante n'a produit aucune preuve concernant ces demandes (par exemple, des copies certifiées des demandes ou un affidavit attestant des détails des demandes) et j'estime qu'il ne serait pas approprié que le registraire prenne connaissance d'office de l'état du registre (ou exerce autrement le pouvoir discrétionnaire du registraire de consulter le registre) pour aider l'Opposante dans ce contexte. À titre de comparaison, il est bien établi que le registraire peut exercer son pouvoir discrétionnaire de consulter le registre pour confirmer le statut de l'enregistrement ou de la demande en instance d'un opposant qui est invoqué dans une déclaration d'opposition pour un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) ou l'article 16, respectivement [voir *Quaker Oats Co Ltd of Canada c Menu Foods Ltd* (1986), 11 CPR (3d) 410 (COMC) et *John Labatt Limited/John Labatt Limitée c WCW Western Canada Water Enterprises Inc* (1991), 39 CPR (3d) 442 (COMC), au para 6]. Cependant, le registraire a fréquemment refusé de prendre connaissance d'office de l'état du registre pour aider un requérant dans ses arguments que l'état du registre rend sa marque de commerce enregistrable [par exemple, voir *Molson Breweries c John Labatt Ltd (Labatt Brewing Co Ltd)* (1999), 3 CPR (4th) 543 (COMC), au para 9]. Le registraire a également refusé d'exercer son pouvoir discrétionnaire pour vérifier le statut de l'enregistrement d'un requérant invoqué par un opposant pour un motif d'opposition en vertu de l'article 30b) de la Loi (dans sa version antérieure au 17 juin 2019) [voir *Hunter Douglas, Inc c*

*Newell Industries Canada, Inc*, 1999 CanLII 19610 (COMC)]. Avec ce contexte à l'esprit, je n'estime pas qu'il serait approprié que j'exerce mon pouvoir discrétionnaire pour consulter le registre à l'égard des autres demandes produites par la Requérante pour aider l'Opposante avec ses allégations en l'espèce. Peu importe, comme il en sera question ci-dessous, même j'avais exercé ce pouvoir discrétionnaire, il n'aurait eu aucune incidence sur le résultat de cette opposition.

[16] Pour conclure ces points préliminaires, je note que l'Opposante n'a pas affirmé que je devais considérer quoi que ce soit dans le document supplémentaire comme une preuve ou que je devais exercer mon pouvoir discrétionnaire ou prendre connaissance d'office de quelconques faits. En effet, je ne dispose d'aucune observation écrite de la part de l'Opposante et l'Opposante a produit une lettre auprès du registraire le 18 novembre 2020 confirmant qu'elle ne produirait aucune preuve dans cette procédure. Cependant, en partie en raison de l'absence de toute observation de l'Opposante sur ces questions, je tenais à clarifier dès le départ mon approche au document supplémentaire.

### **Motifs d'opposition sommairement rejetés – articles 2, 38(2)e) et 38(2)a.1)**

#### Article 2

[17] L'Opposante fait valoir que la Marque de la Requérante ne possède pas de caractère distinctif puisque les consommateurs canadiens comprenant le chinois associeront la Marque avec la marque de commerce déposée de l'Opposante établie ci-dessus. Cependant, l'Opposante n'a produit aucune preuve d'emploi ou de réputation de sa marque de commerce. Par conséquent, il n'y a aucune preuve au dossier qui permettrait à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau de preuve initial pour le motif d'opposition fondé sur l'article 2 [pour une discussion sur le fardeau de preuve initial d'un opposant dans le cadre de l'article 2, voir *Bojangles' International LLC c Bojangles Café Ltd*, 2006 CF 657, 48 CPR (4th) 427, aux para 33 et 34]. Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 2 est rejeté.

Article 38(2)e)

[18] Avec ce motif d'opposition, l'Opposante fait valoir que, à la date de production de la Demande, la Requérante n'employait pas ou ne projetait pas d'employer la marque de commerce au Canada. Cependant, l'Opposante n'a produit aucune preuve pour appuyer ce motif d'opposition. L'Opposante comprend, dans le cadre de sa déclaration d'opposition, un extrait d'une entrée Wikipédia pour suggérer que la portée de l'entreprise de la Requérante est plus étroite que les produits et services spécifiés par la Demande et fait valoir que, en conséquence, la Requérante ne projette pas d'employer la Marque en liaison avec bon nombre des produits et services dans la Demande. Cependant, pour les raisons abordées ci-dessus, l'entrée Wikipédia ne fait pas partie de la preuve dans cette procédure (en outre, je note que même si elle faisait partie de la preuve, je ne l'aurais pas considérée comme suffisante pour permettre à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau de preuve initial). Le motif fondé sur l'article 38(2)e) est rejeté puisque l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau de preuve initial.

Article 38(2)a.1)

[19] L'Opposante fait valoir que la Demande a été produite de mauvaise foi. En particulier, l'Opposante fait valoir que les deux parties sont établies en Chine, qu'elles sont des concurrents et que la Requérante tente de profiter de l'achalandage de la marque « Good Doctor » [bon médecin] de l'Opposante. À cet égard, l'Opposante fait renvoi à quatorze demandes d'enregistrement de marque de commerce canadienne produites par la Requérante en plus de la présente Demande.

[20] Comme il en a été question ci-dessus, l'Opposante n'a produit aucune preuve concernant son allégation de mauvaise foi et je ne suis pas prêt à exercer mon pouvoir discrétionnaire de vérifier l'état du registraire afin d'aider l'Opposante avec une telle allégation. Le motif d'opposition fondé sur l'article 38(2)a.1) est par conséquent rejeté pour cette raison.

[21] Cependant, même si j'avais exercé le pouvoir discrétionnaire de vérifier les quatorze autres demandes indiquées par l'Opposante dans sa déclaration d'opposition, cela n'aurait pas été suffisant pour permettre à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau de preuve initial dans le cadre de ce motif d'opposition. En particulier, l'Opposante se concentre dans ses arguments sur

trois demandes d'enregistrement de marque de commerce, à savoir 1,900,433, 1,900,435 et 1,900,434, lesquelles semblent comprendre les caractères chinois de la marque de commerce de l'Opposante, ainsi que d'autres caractères chinois. La déclaration d'opposition indique que ces trois demandes produites par la Requérante ont chacune été jugées comme abandonnées en vertu de l'article 38(11) de la Loi. Huit des autres demandes mentionnées dans la déclaration d'opposition, y compris la demande n° 1,900,432 pour la marque de commerce PA GOODDOCTOR dessin, avaient déjà atteint l'étape de l'enregistrement à la date de production de la déclaration d'opposition et leur statut de marque de commerce déposée est indiqué dans les arguments de l'Opposante. Trois autres des demandes de la Requérante indiquées comme étant en instance dans la déclaration d'opposition sont maintenant aussi à l'étape de l'enregistrement (à savoir, les demandes n° 1,938,639, 1,867,668 et 1,867,667). Dans ces circonstances, en l'absence d'autres preuves de l'Opposante, je n'estime pas que ces quatorze autres demandes (la majorité desquelles est déjà passée à l'étape de l'enregistrement) indiquent que la Requérante a fait preuve de mauvaise foi à l'égard de la présente Demande.

[22] En bref, même si je devais exercer mon pouvoir discrétionnaire de consulter le registre pour confirmer l'existence et le statut des autres demandes produites par la Requérante, lesquelles sont indiquées dans la déclaration d'opposition, je n'estimerai pas que cela serait suffisant pour permettre à l'Opposante de s'acquitter de son fardeau de preuve initial pour le motif d'opposition fondé sur l'article 38(2)*a.1*). Le motif est donc également rejeté pour cette raison.

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

[23] L'Opposante fait valoir que la Marque n'est pas enregistrable, puisqu'elle crée de la confusion avec la marque de commerce déposée de l'Opposante intitulée Caractères chinois HAO YI SHENG & Dessin (LMC721,718), reproduite au paragraphe 7 de cette décision, ci-dessus. J'ai reproduit ci-dessous l'argument particulier compris dans la déclaration d'opposition de l'Opposante à l'appui de ce motif :

[TRADUCTION]

Comme on peut le voir dans les demandes d'enregistrement de marque de commerce canadienne de la Requérante ci-dessus, la Requérante a l'intention de cibler des consommateurs au Canada qui lisent et comprennent le chinois.

Les consommateurs canadiens comprenant le chinois associeront probablement la marque « PING AN GOOD DOCTOR dessin » de la Requérante avec la marque

**好医生**

de l'Opposante, laquelle signifie « bon, médecine, vie » ou, lorsque combinée, « bon médecin ». Cela est particulièrement en raison du fait que les deux premiers mots dans la marque de la Requérante, PING AN, signifient « paix et bien-être » en français. Ainsi, au moment de rencontrer la marque de la Requérante, un consommateur comprenant le chinois pensera facilement à la marque de l'Opposante, « good doctor » [bon médecin], en chinois.

[24] La date pertinente pour ce motif d'opposition est la date de ma décision [voir *Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et Le Registrataire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[25] Comme il en a été question ci-dessus, il est bien établi que, avec un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) de la Loi, je suis en mesure d'exercer mon pouvoir discrétionnaire de consulter le registre et de confirmer que l'enregistrement invoqué par un opposant existe toujours et, de cette façon, un opposant peut s'acquitter de son fardeau de preuve initial [voir *Quaker Oats*, précité]. Je l'ai fait et, par conséquent, l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve initial à l'égard de ce motif d'opposition. Par conséquent, la Requérante a le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a aucune probabilité de confusion entre la Marque et la marque de commerce déposée de l'Opposante.

#### Test en matière de confusion

[26] Le test permettant de trancher la question de la confusion est énoncé à l'article 6(2) de la Loi, qui 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 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 ou figurent ou non dans la même classe de la classification de Nice. Aux fins de cette évaluation, je dois tenir compte de toutes les circonstances pertinentes de l'espèce, y compris celles énoncées 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 produits, 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.

[27] Ces critères ne sont pas exhaustifs et un poids différent sera accordé à différents facteurs selon le contexte [voir *Veuve Clicquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée*, 2006 CSC 23, 49 CPR (4th) 401; *Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22, [2006] 1 RCS 772, au para 54]. Je cite également *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27, 92 CPR (4th) 361, au para 49, où la Cour suprême du Canada déclare que l'article 6(5)e), la ressemblance entre les marques, aura souvent le plus grand effet dans l'analyse relative à la confusion.

[28] Le test en matière de confusion est évalué comme une question de la première impression dans l'esprit du consommateur ordinaire plutôt pressé à la vue de la marque du requérant, alors qu'il n'a qu'un vague souvenir des marques de commerce de l'opposant 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 [*Veuve Clicquot*, précité, au para 20].

*Caractère distinctif inhérent des marques de commerce et mesure dans laquelle elles sont devenues connues*

[29] J'estime que la marque de commerce de l'Opposante possède à tout le moins un certain caractère distinctif inhérent, puisqu'elle est composée de caractères qui n'ont aucune signification immédiate pour une personne unilingue anglaise, unilingue française ou bilingue française-anglaise. Je note que l'évaluation du caractère distinctif inhérent de la marque de commerce de l'Opposante pourrait être différente s'il y avait la preuve que des consommateurs pertinents au Canada accorderaient une signification particulière à la marque de commerce; toutefois, je ne dispose pas d'une telle preuve en l'espèce.

[30] En ce qui a trait à la marque de la Requérante, je suis convaincu qu'elle possède un degré raisonnable de caractère distinctif inhérent grâce à la présence des mots « PING AN » au début de la Marque; les mots « PING AN » n'ont aucune connotation descriptive en français ou en anglais en liaison avec l'un des produits ou services dans la Demande. Je n'estime pas que

l'élément « GOOD DOCTOR » de la Marque possède un caractère distinctif inhérent bien élevé, puisqu'il est suggestif en liaison avec des produits et services médicaux et je n'estime pas que les éléments figuratifs rudimentaires de la Marque accordent un quelconque caractère distinctif inhérent. Cependant, en raison de l'élément « PING AN », je considère que la Marque dans son ensemble possède un degré raisonnable de caractère distinctif inhérent.

[31] Aucune des parties n'a produit de preuve dans cette procédure, donc il n'y a rien pour indiquer que la marque de commerce de l'une ou l'autre des parties est connue au Canada.

[32] Dans ces circonstances, j'estime que ce facteur favorise de manière égale les parties et a donc très peu d'incidence sur l'analyse de la confusion.

#### *Durée d'emploi des marques de commerce*

[33] Aucune des parties n'a produit de preuve d'emploi de leur marque de commerce. Par conséquent, ce facteur ne favorise également aucune des parties.

#### *Genre de produits, services ou entreprises; et nature du commerce*

[34] L'enregistrement de l'Opposante couvre un large éventail de produits médicaux, y compris des fournitures médicales et diverses préparations pharmaceutiques et divers suppléments alimentaires.

[35] La Demande comprend quelques produits et services médicaux, comme des médicaments contre la douleur, des suppléments nutritionnels, des instruments médicaux et des conseils en pharmacie. La Demande comprend également un large éventail de produits et services qui ne semblent pas être associés au domaine médical, comme la location de vêtement, des services de rencontres et des services de gestion de litiges.

[36] Dans ces circonstances, j'estime que le genre des produits et des services et la nature du commerce favorisent l'Opposante à l'égard, à tout le moins, des produits et services médicaux énumérés dans la Demande. Cependant, même si je devais conclure que les facteurs des articles 6(5)c) et d) favorisent l'Opposante pour l'ensemble des produits et services dans la Demande, je n'estime pas que cela serait suffisant pour conclure en faveur de l'Opposante quant

à la question de confusion, compte tenu du faible de degré de ressemblance entre les marques de commerce des parties, comme il en est question ci-dessous.

### *Degré de ressemblance*

[37] Selon la preuve au dossier dans cette procédure (ou plus particulièrement, l'absence totale d'un dossier de preuve), j'estime que les marques de commerce des parties possèdent un faible degré de ressemblance. La marque de commerce de l'Opposante est en caractères chinois et n'a aucune ressemblance avec la Marque dans la présentation, et je ne dispose d'aucune preuve suggérant que les marques de commerce des parties seraient semblables dans le son ou dans les idées suggérées.

[38] Bien que l'Opposante ait fait valoir que sa marque de commerce serait comprise par une personne comprenant le chinois comme signifiant « good doctor » [bon médecin], l'Opposante n'a produit aucune preuve pour appuyer cet argument. L'absence de preuve sur ce point est particulièrement notable compte tenu du fait que la translittération et la traduction comprises avec l'enregistrement de l'Opposante ne font pas mention expressément de [TRADUCTION] « bon médecin » et se lisent plutôt comme suit : [TRADUCTION] « Selon le requérant, la translittération des caractères chinois est HAO, YI, SHENG et la traduction du caractère HAO est “bon, bien, agréable”, celle du caractère YI est “remède, médecine” et celle du caractère SHENG est “accumuler, vivre” ». L'Opposante fait également valoir que l'élément « PING AN » de la Marque de la Requérante serait compris comme ayant une signification particulière par une personne comprenant le chinois, mais n'a fourni aucune preuve à cet égard.

[39] Je note que le fait que la marque de commerce de l'Opposante soit en caractères chinois alors que la Marque de la Requérante est formée de caractères de l'alphabet latin ne règle pas à lui seul la question du degré de ressemblance. La Cour fédérale a conclu qu'une probabilité de confusion peut être trouvée dans les circonstances où il y a une preuve qui démontre la ressemblance (p. ex., dans le son et les idées) entre les marques de commerce des parties et il y a une preuve que les parties ciblent un marché composé de personnes comprenant le chinois au Canada [voir *Cheung Kong (Holdings) Ltd c Living Realty Inc* (1999), 4 CPR (4th) 71 (CF); voir aussi *Saint Honore Cake Shop Ltd c Cheung's Bakery Products Ltd*, 2015 CAF 12, 132 CPR (4th) 258]. Cependant, je ne dispose pas d'une telle preuve en l'espèce. Comme il en a été

question ci-dessus, il n’y a aucune preuve au dossier appuyant l’argument de l’Opposante quant à la façon dont les marques de commerce des parties seraient comprises par un Canadien comprenant le chinois et, de plus, il n’y a aucune preuve que l’une ou l’autre des parties fait affaire au Canada en liaison avec leur marque de commerce respective, encore moins en ciblant une communauté linguistique particulière.

[40] En gardant ce qui précède à l’esprit, le facteur du degré de ressemblance favorise fortement la Requérante.

#### Conclusion concernant le motif fondé sur l’article 12(1)d

[41] Comme il en a été question ci-dessus, dans *Masterpiece*, la Cour suprême du Canada a indiqué que la ressemblance entre les marques aura le plus souvent l’effet le plus marqué sur l’analyse de confusion. J’estime qu’il s’agit du facteur décisif en l’espèce. Compte tenu du faible degré de ressemblance entre les marques de commerce des parties, et en l’absence d’une quelconque preuve de l’Opposante appuyant les allégations de ressemblance établies dans ses arguments, j’estime que la Requérante s’est acquittée de son fardeau ultime de démontrer que, selon la prépondérance des probabilités, il n’y a aucune probabilité de confusion. Le motif d’opposition fondé sur l’article 12(1)d est donc rejeté.

#### DÉCISION

[42] 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 selon les dispositions de l’article 38(12) de la Loi.

---

Timothy Stevenson  
Membre  
Commission des oppositions des marques de commerce  
Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme  
William Desroches

Le français est conforme aux WCAG.

## ANNEXE A

### **Demande n° 1,900,431 – PING AN GOOD DOCTOR dessin**

#### **Produits**

(1) Médicaments pour le soulagement de la douleur; suppléments nutritifs pour la santé et le bien-être en général; substances diététiques composées de vitamines, de minéraux, d'acides aminés et d'oligo-éléments; réactifs de diagnostic à usage vétérinaire; produits pour éliminer les animaux nuisibles; tampons hygiéniques; porte-cotons à usage médical; abrasifs dentaires.

(2) Programmes d'exploitation informatique enregistrés, utilisés en consultation médicale; podomètres; balances à usage médical; système mondial de localisation (GPS) composé d'ordinateurs, de logiciels, d'émetteurs, de récepteurs et de dispositifs d'interface réseau; lunettes.

(3) Instruments médicaux d'examen général; instruments dentaires; appareils de radiographie à usage médical; appareils de thérapie électromagnétique à haute fréquence; prothèses auditives pour les personnes sourdes; biberons; condoms; membres artificiels; embouts de béquille; matériel de suture; bracelets magnétiques à usage médical; aligneurs dentaires.

(4) Papier; affiches publicitaires en carton; calendriers; périodiques; journaux; sacs en papier pour la stérilisation d'instruments médicaux; machines à sceller les enveloppes pour le bureau; papeterie pour le bureau; instruments d'écriture; livres éducatifs.

#### **Services**

(1) Consultation en gestion et en organisation des affaires; analyses et études de marché; tests psychologiques pour la sélection de personnel; services de délocalisation d'entreprises; gestion informatisée de bases de données; comptabilité; promotion de produits et de services par distribution de cartes de réduction; services de vente au détail de préparations pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques ainsi que de fournitures médicales.

(2) Gestion immobilière; services de fiduciaire; offre d'information sur le marché des valeurs mobilières; services de conseil dans les domaines du contrôle du crédit et du débit, des placements, des subventions et du financement de prêts; collecte de fonds à des fins caritatives; prêt sur gage; courtage d'assurance; évaluation d'œuvres d'art; garantie et cautionnement financiers; services d'assurance.

(3) Télédiffusion; échange électronique de messages au moyen de lignes de bavardage, de bavardoirs et de forums sur Internet; offre de bavardoirs sur Internet; exploitation d'un babillard électronique dans le domaine des événements sociaux communautaires; services de transmission de courriels; offre d'accès à des réseaux informatiques mondiaux; transmission électronique de fichiers de photos numériques par réseau poste à poste; services de vidéoconférence; offre d'accès multiutilisateur à des réseaux informatiques mondiaux pour le transfert et la diffusion de diverses informations; offre d'accès à un réseau informatique mondial.

(4) Tenue de cours (enseignement collégial); services éducatifs dans le domaine de la planification financière; organisation de conférences, de groupes de travail, de groupes de recherche et de congrès dans le domaine de la médecine; bibliothèques de prêt; offre de magazines d'intérêt général en ligne non téléchargeables; offre de films non téléchargeables par services de vidéo à la demande; services de divertissement, à savoir vidéos et images non téléchargeables présentant des émissions de télévision et des films transmis par des réseaux

informatiques sans fil; enseignement de la gymnastique; services de jardin zoologique; organisation de loteries.

(5) Recherche en cosmétique; conception de systèmes informatiques pour les industries de la finance et des TI; offre de moteurs de recherche pour Internet; authentification d'œuvres d'art; essai et évaluation de matériaux; fournisseur de logiciels-services (SaaS) dans le domaine de la gestion des relations avec la clientèle; recherche scientifique dans les domaines de la génétique et du génie génétique; services de fournisseur d'infonuagique pour le stockage général de données; conversion de données ou de documents d'un support physique vers un support électronique; offre d'information sur l'informatique et la programmation par un site Web.

(6) Conseils en alimentation et en nutrition; conseils en matière de pharmacie; services de télémédecine; location d'équipement médical; conseils en matière de santé publique; services de clinique médicale; services de salon de beauté; services vétérinaires; services hospitaliers; location d'équipement médical.

(7) Location de vêtements; services de rencontres; services de gestion de litiges; services de préparation de documents juridiques; services de règlement à l'amiable de litiges; pompes funèbres; planification et organisation de cérémonies de mariage; services de garde de sécurité pour la protection des biens et des personnes; accompagnement.

## ANNEXE B

**Enregistrement n° LMC721,718 de l'Opposante –**

**Caractères chinois HAO YI SHENG & Dessin**

### **Produits**

(1) Étuis portatifs pour fournitures médicales; sacs portatifs pour fournitures médicales; préparations pharmaceutiques pour le traitement de l'appareil respiratoire et de la colonne vertébrale; suppléments alimentaires, notamment fibres végétales comestibles pour la santé; substances hypocaloriques à base de plantes pour utilisation médicale, notamment aliments pour diètes sous forme de liquides et de comprimés; tisanes, notamment thés en feuilles et sachets de thé; préparations pharmaceutiques, notamment lotions pour le traitement des maladies cutanées; préparations biologiques à des fins cliniques, de recherche et médicales, notamment protéines, ADN, ARN et leurs dérivés modifiés; aliments pour diètes, notamment substituts de repas en barres, mélanges de substituts de repas en poudre, sauces à salade, boissons aux fruits, bonbons; additifs alimentaires à base de glucides, de cellulose brute, de flavonoïdes et de phénols.

**COMMISSION DES OPPOSITIONS DES MARQUES DE COMMERCE  
OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA  
COMPARUTIONS ET AGENTS INSCRITS AU DOSSIER**

---

**DATE DE L'AUDIENCE** Aucune audience n'a été tenue

**AGENTS AU DOSSIER**

Nelligan O'Brien Payne LLP

Pour l'Opposante

Blaney McMurtry LLP

Pour la Requérante