

O P I C



C I P O

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE

THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

Référence : 2020 COMC 66

Date de la décision : 2020-05-29

[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]

DANS L’AFFAIRE DES OPPOSITIONS

Bayer Consumer Care AG

Opposante

et

Water Babies Limited

Requérante

**1,623,371 pour WATER BABIES
DESSIN**

Demande

**1,693,298 pour WATER BABIES &
Dessin**

APERÇU DE LA DEMANDE N^o 1,623,371

[1] Water Babies Limited (la Requérante) a demandé l’enregistrement de la marque de commerce indiquée ci-dessous (la Marque) en liaison avec les Produits et Services figurant à l’Annexe A.



[2] La demande pour la Marque est fondée sur l'emploi projeté par la Requérante ainsi que l'emploi et l'enregistrement de la Marque au Royaume- Uni avec les Produits et Services tels qu'ils sont indiqués à l'Annexe A.

[3] Bayer Consumer Care AG (l'Opposante) allègue que la Marque crée de la confusion avec ses marques de commerce WATER BABIES et WATERBABIES et d'autres marques de commerce, y compris cette expression. La preuve de l'Opposante montre que celle- ci vend chaque année plus d'un million de dollars en écrans solaires et en écrans solaires totaux portant les marques de commerce WATER BABIES au Canada.

[4] Nonobstant l'emploi de longue date et substantiel par l'Opposante, compte tenu des différences dans le genre des produits et services et des voies de commercialisation, je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau juridique de prouver qu'il n'y a pas de probabilité raisonnable de confusion à l'égard des produits et services suivants. Par conséquent, l'opposition est rejetée avec ces produits et services.

bouées de sauvetage; DVD, CD-ROM, disques compacts, cassettes vidéo et audio, supports de données préenregistrés, nommément disques à mémoire flash et fichiers MP3 téléchargeables de cours de natation, de programmes de natation, de techniques de natation et d'enseignement de la natation; articles de papeterie, nommément livres pour autocollants, autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; affiches; autocollants à ventouse pour voitures; imprimés, nommément livres, feuillets, dépliants et manuels d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours et des techniques de natation ainsi que des programmes de natation; livres, nommément livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de voiture; photos de bébé sur des cartes; photos prises sous l'eau; appareils d'enseignement, nommément flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation.

Vente au détail et vente au détail sur Internet de flotteurs à usage récréatif, de flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation, d'équipement d'enregistrement et de lecture audio et vidéo, d'ordinateurs, de périphériques d'ordinateur et de

matériel informatique, de programmes informatiques et d'accessoires d'ordinateur, de disques flash, de CD-ROM, de DVD, de CD et, de cassettes audio et vidéo préenregistrés et contenant de l'information, de l'enseignement et des cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de livres, de manuels et de brochures d'information, d'enseignement et de cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de photos, de photos de bébé, de photos de bébé pour pare-brise de voiture, de photos de bébé prises sous l'eau, d'autocollants, d'autocollants pour carrosseries de voiture, d'autocollants à ventouse pour voitures; formation de photographes, nommément ateliers et conférences dans le domaine de la photographie; services photographiques, services de consultation en gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; services de consultation pour les franchises en matière de gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; enseignement de la natation; offre de cours, d'enseignement et de leçons de natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques dans les domaines des cours de natation et de l'enseignement de la natation; cours de gymnastique aquatique pour femmes enceintes, d'entraînement physique et/ou d'aérobique; enseignement de l'aérobique, exercices ainsi qu'exercices de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs d'aérobique, d'entraînement physique et de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; coaching personnel dans les domaines de l'enseignement de la natation, de l'entraînement à la natation et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs dans les domaines de la natation, de l'enseignement de la natation, de l'entraînement physique et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes.

[5] La Requérante n'a pas prouvé qu'il n'y avait pas de probabilité raisonnable de confusion pour les autres produits et services. Les marques de commerce sont identiques dans le son et presque identiques dans la présentation; or la Requérante a montré le caractère distinctif acquis de ses marques de commerce, et la Requérante n'est pas parvenue à établir une distinction adéquate entre le genre des produits et services et la nature du commerce pour les autres produits et services. Par conséquent, l'opposition est accueillie avec les autres produits et services.

CONTEXTE



[6] Le 22 avril 2013, la Requérante a déposé une demande d'enregistrement de la Marque fondée sur son emploi projeté de la marque au Canada avec les Produits (1) et Services (1) et son emploi et enregistrement de la Marque au Royaume-Uni avec les Produits (2) et Services (2) tels qu'ils figurent à l'Annexe A. La demande revendique la priorité à l'égard de la demande du Royaume-Uni n° 26 39377, déposée le 23 octobre 2012.

[7] La demande a été annoncée aux fins d’opposition dans le numéro du *Journal des marques de commerce* datant du 18 novembre 2015.

[8] Le 8 février 2016, l’Opposante s’est opposée à la demande sur la base des motifs d’opposition résumés ci-dessous. La *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi) a été modifiée le 17 juin 2019. Toutes les dispositions de la Loi mentionnées dans la présente décision renvoient à la Loi dans sa version modifiée, à l’exception de celles concernant les motifs d’opposition et l’article 34 de la Loi, qui renvoient à la Loi dans sa version antérieure aux modifications (voir l’article 70 de la Loi).

- a) La demande n’est pas conforme aux exigences de l’article 30*d*) de la Loi. La Requérante n’avait pas employé la marque au Royaume-Uni en liaison avec tous les Produits et Services.
- b) La demande n’est pas conforme aux exigences de l’article 30*e*) de la Loi. La Requérante n’a pas l’intention d’employer la Marque au Canada avec les Produits et Services. Subsidiairement, la Requérante a commencé à employer la marque au Canada avant la date de dépôt.
- c) La demande n’est pas conforme aux exigences de l’article 30*i*) de la Loi, car la Requérante ne peut être convaincue qu’elle a le droit d’employer la Marque au Canada, puisque la Marque créait de la confusion avec les marques de commerce WATER BABIES de l’Opposante, dont la Requérante a dû avoir connaissance en vue de l’enregistrement et de l’emploi préalables de la Marque par l’Opposante et ses prédécesseurs en titre et/ou leurs titulaires de licence.
- d) La Marque n’est pas enregistrable en vertu de l’article 12(1)*d*) de la Loi, car elle crée de la confusion avec une marque de commerce déposée, à savoir la marque de commerce Water Babies de l’Opposante :

LMC336,212	[TRADUCTION] Préparations pour le bronzage de la peau et produits solaires, nommément écrans solaires totaux et écrans solaires
WATER BABIES	

<p>TMA823,068</p> 	<p>Produits solaires et écrans solaires.</p>
<p>WATERBABIES LMC823,075</p> 	<p>Produits solaires et écrans solaires.</p>
<p>WATERBABIES (LMC903,773)</p>	<p>Produits solaires, nommément écrans solaires totaux et écrans solaires.</p>

- e) La Requérante n'est pas la personne ayant droit à l'enregistrement de la Marque en vertu des articles 16(2)a) et 16(3)a) de la Loi, puisque la Marque créait de la confusion avec les marques de commerce WATER BABIES de l'Opposante employées antérieurement au Canada par l'Opposante et ses prédécesseurs en titre et/ou leurs titulaires de licence.
- f) La Marque n'est pas distinctive des Produits et Services de la Requérante, étant donné qu'elle ne distingue pas les Produits et Services en liaison avec lesquels son emploi est proposé des produits de l'Opposante et/ou de ses titulaires en liaison avec les Marques de commerce WATER BABIES de l'Opposante.

[9] La Requérante a produit et signifié une contre-déclaration.

[10] L'Opposante a produit comme preuve les affidavits d'Alex Grey et de Jane Buckingham. La Requérante a déposé comme preuve quatre affidavits de D. Jill Roberts. M^{me} Roberts a été contre-interrogée. Les deux parties ont déposé un plaidoyer écrit. Aucune audience n'a été tenue.

FARDEAU DE PREUVE ET FARDEAU ULTIME

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

[12] Pour ce qui est du point (i) ci-dessus un opposant doit s'acquitter du fardeau de preuve pour appuyer les faits sur lesquels il appuie les allégations invoquées dans sa déclaration d'opposition [*John Labatt Limited c The Molson Companies Limited* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst), à la p. 298]. Le fait qu'un fardeau de preuve soit imposé à l'opposant signifie que, pour qu'une question précise soit prise en considération, il doit y avoir une preuve suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de cette question. Pour ce qui est du point (ii) ci-dessus, un requérant doit s'acquitter du fardeau ultime de démontrer que la demande ne contrevient pas aux dispositions de la Loi comme le fait valoir un opposant (pour les allégations à l'égard desquelles 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 est présentée, la question doit être tranchée à l'encontre du requérant.

MOTIFS D'OPPOSITION

[13] Je vais maintenant évaluer les motifs d'opposition, en commençant par le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d).

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

[14] La date pertinente pour examiner un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d est la date de ma décision [*Park Avenue Furniture Corporation c Wickes/Simmons Bedding Ltd et Registraire des marques de commerce* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[15] L'Opposante a fait valoir que la Marque n'est pas enregistrable parce qu'elle crée de la confusion avec les enregistrements n° LMC336,212; LMC823,068; LMC823,075; LMC903,773. J'ai exercé mon pouvoir discrétionnaire et j'ai vérifié auprès du registraire pour confirmer que ces enregistrements existent [*Quaker Oats Co of Canada c Menu Foods Ltd* (1986), 11 CPR (3d) 410 (COMC)]. Je dois maintenant déterminer, selon la prépondérance des probabilités, s'il existe une probabilité raisonnable de confusion entre une ou plusieurs des marques de commerce déposées de l'Opposante. Je considère que le meilleur scénario pour l'Opposante repose sur ses enregistrements de marque de commerce pour WATER BABIES et WATERBABIES (n^{os} LMC336,212 et LMC903,773), et je centrerai mon analyse sur ces enregistrements. Si l'Opposante n'a pas gain de cause pour ces marques de commerce, elle n'aura pas gain de cause pour ses autres enregistrements. De plus, vu la légère différence entre les marques de commerce WATER BABIES et WATERBABIES, je conclus que l'emploi d'une de ces marques constitue un emploi de l'autre.

Critère pour décider s'il y a confusion

[16] Le critère pour trancher la question de la confusion est établi à l'article 6(2) de la Loi qui indique 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 et services liés à ces marques de commerce sont fabriqués, vendus ou loués par la même personne, que ces produits ou services soient ou non de la même catégorie générale ou figurent ou non dans la même classe de la classification de Nice. Pour faire cette évaluation, je dois tenir compte de toutes les circonstances pertinentes, y compris celles indiquées à l'article 6(5) : le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle ils sont devenus connus; 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'ils suggèrent. Les critères figurant à l'article 6(5) ne sont pas exhaustifs et un poids différent sera accordé à chacun d'eux selon le contexte [*Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22 [2006] 1 RCS 772, au para 54]. Je renvoie également à l'arrêt *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc* (2011), 92 CPR (4th) 361 (CSC), au para 49, où la Cour suprême du

Canada indique que l'article 6(5)e), la ressemblance entre les marques, sera susceptible d'avoir le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion.

Analyse des facteurs de l'article 6(5)

Degré de ressemblance

[17] La Marque est identique dans le son et dans l'idée suggérée aux enregistrements de l'Opposante WATER BABIES et WATERBABIES (n^{os} LMC336,212 et LMC903,773), puisque toutes les marques de commerce suggèrent des bébés et de jeunes enfants qui aiment être dans l'eau. Il y a beaucoup de ressemblance entre les trois marques dans la présentation. Les éléments de dessin minimaux de la Marque ne donnent pas lieu à une différence de présentation importante entre les enregistrements de marque nominale de l'Opposante et la Marque.

Caractère distinctif inhérent

[18] Bien que la Marque et les marques de l'Opposante soient intrinsèquement distinctives, le caractère distinctif inhérent des marques des parties est limité par le fait que WATER BABIES semble suggérer des produits et services destinés aux jeunes enfants qui aiment l'eau.

Période d'emploi et mesure dans laquelle la marque est devenue connue

[19] Il est possible de renforcer une marque de commerce en la faisant connaître par son emploi ou sa promotion.

[20] Il n'y a aucune preuve que la Marque a été employée au Canada ou qu'elle est devenue connue dans une quelconque mesure au Canada. Le simple fait que M^{me} Roberts a effectué une recherche sur le site Web *waterbabies.co.uk*, qu'elle a trouvé une entrée pour le Canada et qu'elle a été redirigée vers le site Web *www.waterbabies.ca*, qui comprend une carte indiquant six emplacements à Toronto (affidavit de D. Jill Roberts, n^o 2, Pièce 8), n'est pas suffisant pour prouver que la Marque a été employée ou est connue dans une certaine mesure par les Canadiens. Cela est d'autant plus vrai que M^{me} Roberts a confirmé qu'elle n'avait visité aucun des sites ou n'avait appelé aucun d'eux et qu'elle ne sait pas s'ils sont opérationnels (questions 42 à 45).

[21] En ce qui concerne la preuve de l'Opposante relative à l'emploi de la marque nominale WATER BABIES au Canada, je vais d'abord aborder l'argument de la Requérante selon lequel la preuve n'établit pas que l'Opposante est en mesure de se fier à l'emploi de la marque de commerce WATER BABIES dans l'affidavit d'Alex Grey, directeur principal des marques, Sun Care of Bayer Inc. (observations écrites de la Requérante, pages 6 à 8). Aux fins de la présente opposition, le changement en titre à l'enregistrement n° LMC336,212 est pertinent (affidavit de M. Grey, Pièce A). Par souci de commodité, j'ai souligné les divers changements en titre en cause :

CHANGE IN TITLE / CHANGEMENT EN TITRE:

TYPE OF CHANGE / GENRE DE CHANGEMENT: **Name / Nom**
DATE REGISTERED / DATE DE L'ENREGISTREMENT: 08 mars / Mar 1991
DATE OF CHANGE / DATE DE CHANGEMENT: 03 juil / Jul 1990
COMMENTS / COMMENTAIRES: CHANGED/MODIFIER:
FROM/DE: PLOUGH, INC.,
TO/A: SCHERING-PLOUGH HEALTHCARE PRODUCTS, INC.
SEE EVIDENCE ON FILE/VOIR PREUVE AU DOSSIER 059060

CHANGE IN TITLE / CHANGEMENT EN TITRE:

TYPE OF CHANGE / GENRE DE CHANGEMENT: **Name / Nom**
DATE REGISTERED / DATE DE L'ENREGISTREMENT: 15 août / Aug 2011
DATE OF CHANGE / DATE DE CHANGEMENT: 01 avr / Apr 2011
COMMENTS / COMMENTAIRES: FROM: SCHERING-PLOUGH
HEALTHCARE PRODUCTS, INC.
TO: MSD Consumer Care, Inc.
Voir Preuve au dossier/See evidence on File No. 231518

CHANGE IN TITLE / CHANGEMENT EN TITRE:

TYPE OF CHANGE / GENRE DE CHANGEMENT: **Name / Nom**
DATE REGISTERED / DATE DE L'ENREGISTREMENT: 21 janv / Jan 2016
DATE OF CHANGE / DATE DE CHANGEMENT: 12 juin / Jun 2015
COMMENTS / COMMENTAIRES: FROM: MSD Consumer Care, Inc.
TO: Bayer Consumer Care Holdings LLC
Voir Preuve au dossier/See evidence on File No. 1090973

CHANGE IN TITLE / CHANGEMENT EN TITRE:

TYPE OF CHANGE / GENRE DE CHANGEMENT: **Assignment / Cession**
DATE REGISTERED / DATE DE L'ENREGISTREMENT: 21 jan / Jan 2016
DATE OF CHANGE / DATE DE CHANGEMENT: 12 jan / Jan 2016
COMMENTS / COMMENTAIRES: FROM: Bayer Consumer Care Holdings LLC
TO: Bayer Consumer Care AG
Nunc pro tunc June 15, 2015

[22] Un examen de cette chaîne de titres montre que l'unique cession a été faite de Bayer Consumer Care Holdings LLC à Bayer Consumer Care AG le 15 juin 2015. Le reste des changements étaient simplement des changements de nom. La déclaration figurant dans l'affidavit de M. Grey selon laquelle Bayer Inc. était titulaire d'une licence de Bayer Consumer Care AG, qui contrôle la qualité des préparations pour le bronzage de la peau, des écrans solaires et des produits solaires vendus et commercialisés au Canada en liaison avec les marques de commerce WATERBABIES (para 6) est suffisante pour satisfaire aux exigences de l'article 50(1) de la Loi en ce qui concerne la preuve relative à l'emploi des marques de commerce après la date de cession du 15 juin 2015. Pour les Pièces E à G, qui sont des photos de bouteilles d'écran solaire COPPERTONE WATERBABIES vendues pendant diverses années, je conclus que l'avis de marques de commerce figurant sur les bouteilles photographiées est suffisant pour satisfaire aux exigences de l'article 50(2) de la Loi. Même si l'avis de marques de commerce figurant sur chaque bouteille fait souvent référence à un nom antérieur du prédécesseur de l'Opposante plutôt qu'au nom actuel du propriétaire de la Marque de commerce pendant l'année de vente des bouteilles, je ne considère pas que cela soit fatal. Tout en tirant une telle conclusion, je suis particulièrement consciente du fait que la Requérante n'a pas demandé de contre-interrogatoire de l'auteur de l'affidavit de l'Opposante.

[23] Dans ses observations écrites, la Requérante a soutenu qu'il n'y a aucune preuve que l'Opposante avait les dossiers de son prédécesseur en titre. Au paragraphe 3, cependant, l'affidavit de M. Grey indique ceci :

[TRADUCTION]

En raison de mon poste, et après avoir examiné les dossiers d'entreprise pertinents produits et tenus dans le cours ordinaire des affaires de Bayer Canada, j'ai une connaissance personnelle des affaires énoncées dans le présent affidavit, sauf pour ce que je déclare être fondé sur des renseignements ou une croyance.

[24] Bien que le paragraphe 3 de l'affidavit de M. Grey ne précise pas que l'Opposante a acquis les dossiers d'entreprise de son prédécesseur en titre au moment de la cession des droits à l'égard des marques de commerce WATER BABIES, je suis disposée à en déduire que c'était le cas, compte tenu du libellé du paragraphe 3.

[25] Je suis donc convaincue, d'après la preuve contenue dans l'affidavit de M. Grey résumé ci-dessous, que la marque de commerce WATER BABIES est devenue bien connue au Canada en liaison avec des écrans solaires et des écrans solaires totaux.

- a) Entre 1988 et 2008, les ventes cumulatives ont dépassé les 25 millions de dollars canadiens au niveau du commerce de gros (para 9).
- b) Ce volume de ventes approximatif entre 2009 et 2016 a dépassé les 180 000 unités par année. J'accepte cette preuve obtenue des données nationales sur les achats par les consommateurs générées par Nielsen, car l'auteur de l'affidavit indique qu'elle provient de [TRADUCTION] « données numérisées aux caisses enregistreuses des détaillants nationaux du Canada » et que Bayer Inc. utilise régulièrement ces données. Enfin, l'auteur de l'affidavit indique que les chiffres ont été utilisés parce que les propres chiffres de ventes de Bayer Inc. sont confidentiels (para 9).
- c) Les préparations pour le bronzage de la peau, écrans solaires et produits solaires WATERBABIES sont et ont été vendus chez des détaillants partout au Canada, y compris Shoppers Drug Mart, Loblaws, Sobey's, Dollarama, London Drugs, Canadian Tire, Walmart, Toys R Us et Procurity (para 10).
- d) L'auteur de l'affidavit fournit des exemples représentatifs d'annonces (para 15), y compris le fait que la marque de commerce WATERBABIES a été annoncée et promue par l'intermédiaire de présentoirs de palette partout au Canada dans les magasins Walmart et Loblaws (Pièce J-1); sur les présentoirs de plancher dans les magasins Loblaws et Rexall (Pièce J-4); et dans des publicités imprimées au Canada (Pièces J- 5 à J- 7).

Compte tenu des ventes de l'écran solaire de l'Opposante ainsi que de l'apparence bien en vue de la marque de commerce WATER BABIES, suivant la marque de commerce COPPERTONE, je ne conclus pas que le fait que COPPERTONE et WATER BABIES apparaissaient ensemble signifie que la marque de commerce WATER BABIES n'est pas devenue bien connue [voir, par exemple, *Groupe Procycle Inc c DaimlerChrysler Corporation*, 2008 CanLII 88214 (COMC)].

Genre des produits et services et nature du commerce

[26] Lorsqu'on examine les articles 6(5)c) et d) de la Loi, l'état déclaratif des produits et services défini dans chacun des enregistrements invoqués par l'opposant et l'état déclaratif des produits et services visés par la demande pour la Marque régissent l'évaluation de la probabilité de confusion en vertu de l'article 12(1)d) de la Loi [*Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF); *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd* (1987), 19 CPR (3d) 3 (CAF)].

[27] En ce qui concerne le genre de la plupart des produits et services des parties ou la nature de la plus grande partie de leur commerce en règle générale, les parties semblent cibler des consommateurs différents et être en activité dans des voies différentes. Pour l'Opposante, celle-ci cible les consommateurs qui souhaitent obtenir des écrans solaires et des écrans solaires totaux pour leurs enfants dans les pharmacies, les épiceries et d'autres détaillants de marchandises générales (affidavit de M. Grey, para 10). Pour la Requérante, un examen des Produits et Services semble montrer que la Requérante offre comme services de base des cours de natation et des photos prises sous l'eau. Je note que les imprimés de sites Web inclus dans la preuve de M^{me} Roberts soulignent également ce point d'intérêt (affidavit de M^{me} Roberts (n^o 2), Pièces 1 et 2). Toutefois, en raison des questions relatives au oui-dire, j'ai accordé un poids très limité à ces pages, car aucune preuve n'a été fournie quant aux raisons pour lesquelles M^{me} Roberts devait fournir une preuve de l'emploi de la Marque par la Requérante.

[28] En ce qui concerne les Produits et Services de cours de natation tels que définis ci-dessous, je conclus que le genre des produits et services des parties est différent en raison du fait que le besoin des consommateurs ciblé par chaque partie est très différent.

bouées de sauvetage; DVD, CD-ROM, disques compacts, cassettes vidéo et audio, supports de données préenregistrés, nommément disques à mémoire flash et fichiers MP3 téléchargeables de cours de natation, de programmes de natation, de techniques de natation et d'enseignement de la natation; articles de papeterie, nommément livres pour autocollants, autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; affiches; autocollants à ventouse pour voitures; imprimés, nommément livres, feuillets, dépliants et manuels d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours et des techniques de natation ainsi que des programmes de natation; livres, nommément livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de

voiture; photos de bébé sur des cartes; photos prises sous l'eau; appareils d'enseignement, nommément flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation.

Vente au détail et vente au détail sur Internet de flotteurs à usage récréatif, de flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation, d'équipement d'enregistrement et de lecture audio et vidéo, d'ordinateurs, de périphériques d'ordinateur et de matériel informatique, de programmes informatiques et d'accessoires d'ordinateur, de disques flash, de CD-ROM, de DVD, de CD et, de cassettes audio et vidéo préenregistrés et contenant de l'information, de l'enseignement et des cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de livres, de manuels et de brochures d'information, d'enseignement et de cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de photos, de photos de bébé, de photos de bébé pour pare-brise de voiture, de photos de bébé prises sous l'eau, d'autocollants, d'autocollants pour carrosseries de voiture, d'autocollants à ventouse pour voitures; formation de photographes, nommément ateliers et conférences dans le domaine de la photographie; services photographiques, services de consultation en gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; services de consultation pour les franchises en matière de gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; enseignement de la natation; offre de cours, d'enseignement et de leçons de natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques dans les domaines des cours de natation et de l'enseignement de la natation; cours de gymnastique aquatique pour femmes enceintes, d'entraînement physique et/ou d'aérobique; enseignement de l'aérobique, exercices ainsi qu'exercices de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs d'aérobique, d'entraînement physique et de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; coaching personnel dans les domaines de l'enseignement de la natation, de l'entraînement à la natation et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs dans les domaines de la natation, de l'enseignement de la natation, de l'entraînement physique et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes.

[29] Bien que les produits suivants soient décrits à juste titre comme étant liées à la nage, je conclus néanmoins que les Produits qui se chevauchent ci-dessous chevauchent les produits de l'Opposante quant au genre ou au commerce.

Vêtements, nommément couches, couches en papier, couches de natation et couches-culottes; chemises, tee-shirts, chasubles; vêtements pour la natation, nommément maillots de bain, maillots de bain pour enfants, tout-petits et nourrissons; combinaisons isothermes; combinaisons isothermes pour enfants, nourrissons et bébés; bonnets de bain; pince-nez pour plongeurs et nageurs; bouchons d'oreilles pour nageurs; lunettes de sport; lunettes de natation; masques de natation; articles de flottaison à usage récréatif pour le bain et la natation, pour enfants, nourrissons, tout-

petits et bébés; articles de flottaison (natation) à intégrer aux maillots de bain; articles de flottaison, nommément gilets, vestes et ceintures de natation; brassards de natation; planches de natation; bouées de sauvetage.

[30] Le risque de chevauchement avec les vêtements, les maillots de bain et les combinaisons isothermiques visés par l'enregistrement est mis en évidence par les « vêtements de protection solaire » visés par la demande de la Requérante. Bien que cette description ait été supprimée, il n'y a aucune restriction quant aux vêtements, maillots de bain et combinaisons isothermiques énumérés ci-dessus indiquant qu'ils ne seront ni utilisés, ni conçus, ni commercialisés à cette fin. En ce qui concerne les couches, ces articles sont vendus à proximité de l'écran solaire dans les épiceries, comme le montre l'affidavit de D. Jill Roberts (n° 4), où l'écran solaire et les couches sont vendus à quelques allées l'une de l'autre et où les deux allées comprennent des produits de soins personnels comme l'écran solaire, les produits de santé et de beauté, les couches et le papier de toilette. En ce qui concerne les produits restants à utiliser pendant la nage, ces produits sont le type de produits qui peuvent être offerts chez les détaillants de marchandises générales comme ceux qui vendent les produits de l'Opposante. Enfin, il n'y a aucune restriction à l'égard de ces produits ou de leurs voies de commercialisation qui les limiterait à la vente en ligne par la Requérante. À ce titre, je conclus que ces produits ont une nature du commerce qui se chevauche quelque peu.

[31] En ce qui concerne les autres produits et services, y compris les articles variés comme les brosses à cheveux, les tasses, les tirelires et la vente au détail d'un grand nombre d'articles, je ne crois pas que le genre de ces produits ou services favorise l'une ou l'autre des parties. Je conclus que ces produits et services appartiennent à un certain nombre de domaines différents et peuvent être décrits de façon générale comme étant des produits et services liés aux ménages. En ce qui concerne la nature du commerce des produits, il semble que bon nombre d'entre eux se trouvent dans des magasins semblables à ceux où se trouvent les écrans solaires et les écrans solaires totaux de l'Opposante, tels que Loblaws, Walmart, Canadian Tire et Toy R Us.

Circonstances de l'espèce – Preuve de l'état du registre et preuve de l'état du marché

[32] L'Opposant a produit l'affidavit de Jane Buckingham, chercheuse de marques de commerce employée par son agent. M^{me} Buckingham a effectué une recherche en ligne dans les dossiers de l'OPIC pour trouver toutes les marques de commerce déposées ou en instance qui

consistent en WATER BABIES, quels que soient les produits ou services. Ses recherches ont seulement permis de trouver les marques de commerce appartenant soit à l'Opposante soit à la Requérante (Pièce A). La preuve de M^{me} Buckingham n'aide pas l'Opposante. Je ne peux pas déduire que l'Opposante est la seule partie qui emploie une marque de commerce, y compris WATER BABIES, parce qu'aucune autre partie n'a demandé à en enregistrer une [voir *Ports International Ltd c Dunlop Ltd* (1992), 41 CPR (3d) 432 (COMC), qui indique que la preuve de l'état du registre n'est utile que dans la mesure où l'on peut faire une déduction sur l'état du marché].

[33] La Requérante inclut dans sa preuve un affidavit de M^{me} Roberts qui joint l'entrée de Wikipédia concernant WATER BABIES (Pièce 1), qui indique que « Water Babies » peut désigner :

- *The Water-Babies, A Fairy Tale for a Land Baby*
- *The Water Babies*, un film animé avec prise de vues réelles inspiré du roman
- *Water Babies*, un film de 1935
- *The Water Babies*, une comédie musicale de 2003
- *Water Babies* (album), un album de 1976 de Miles David
- The Water Babies, un groupe du R.-U.

M^{me} Roberts joint également l'entrée Wikipédia concernant le roman pour enfants *The Water-Babies, A Fairy Tale for a Land Baby* (Pièce 2) et des imprimés de recherches sur les sites Web *amazon.ca* et *chapters.indigo.ca* montrant la vente de ce livre ainsi qu'un livre du naturaliste William Burt (Pièces 3 et 4). La preuve de M^{me} Roberts n'aide pas la Requérante, car elle ne démontre pas que les Canadiens connaissaient dans une large mesure ces emplois de Water Babies.

Conclusion

[34] Après avoir examiné toutes les circonstances de l'espèce et après avoir appliqué le test de la confusion comme étant une question de première impression et du souvenir imparfait, je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau juridique de prouver, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a pas de probabilité raisonnable de confusion à l'égard des Produits et Services de natation en grande partie en raison des différences dans le genre des produits et services des parties et dans la nature de leur commerce.

[35] En concluant que ce motif d'opposition a été retenu pour les Produits qui se chevauchent et les autres produits et services, j'ai tenu compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris la possibilité de chevauchement dans le genre nature des produits et la nature du commerce et ces faits : (i) seules les marques de commerce de l'Opposante ont un degré élevé de caractère distinctif acquis; (ii) il existe un degré extrêmement élevé de ressemblance entre la Marque et les marques de commerce de l'Opposante; et (iii) il n'y a aucune preuve que les consommateurs occasionnels sont habitués à voir les marques de commerce et WATER BABIES et à devoir faire la distinction entre elles. En particulier, étant donné que seule l'Opposante a démontré l'emploi de la Marque au Canada, je conclus que la Requérante n'a pas prouvé qu'il n'y a aucune probabilité raisonnable qu'un consommateur confronté à la Marque sur les produits et services restants ne croie pas que ces produits ont été fabriqués ou vendus par l'Opposante, ou qu'ils proviennent autrement de l'Opposante ou ont été autorisés sous licence, commandités ou approuvés par celle-ci.

Motifs d'opposition fondés sur l'article 16

[36] La preuve d'emploi des marques de commerce WATER BABIES et WATERBABIES de l'Opposante dont il est question relativement au motif d'opposition prévu à l'article 12(1)d) est suffisante pour répondre au fardeau de preuve de l'Opposante au titre des motifs d'opposition prévus aux articles 16(2) et 16(3). La position de la Requérante n'est pas plus forte à la date de production de la demande de priorité, soit le 23 octobre 2012, qui est la date pertinente pour ce motif d'opposition [voir les articles 16 et 34 de la Loi]. En ce qui concerne les Produits et Services de cours de natation, je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau juridique pour les mêmes raisons que celles du motif d'opposition prévu à l'article 12(1)d). Toutefois, l'opposition est accueillie à l'égard des mêmes produits et services que dans le motif d'opposition prévu à l'article 12(1)d).

Motif d'opposition fondé sur l'article 2

[37] Afin de s'acquitter de son fardeau de preuve au titre de ce motif d'opposition, l'Opposante doit démontrer qu'au moment de la production de la déclaration d'opposition, une ou plusieurs des marques de commerce WATER BABIES de l'Opposante étaient devenues suffisamment connues pour annuler le caractère distinctif de la Marque [*Bojangles'*

International, LLC c Bojangles Café Ltd 2006 CF 657, au para 34]. La preuve d'emploi des marques de commerce WATER BABIES et WATERBABIES de l'Opposante dont il est question relativement au motif d'opposition prévu à l'article 12(1)d) est suffisante pour répondre au fardeau de l'Opposante au titre de ce motif d'opposition. La position de la Requérente n'est pas plus forte à la date de production de l'opposition, à savoir le 8 février 2016, qui est la date pertinente pour ce motif d'opposition [*Metro-Goldwyn-Mayer Inc c Stargate Connections Inc* 2004 CF 1185, (2004), 34 CPR 317, à la p. 324].

[38] Dans son plaidoyer écrit, l'Opposante soutient qu'[TRADUCTION] « il n'est pas nécessaire que la Commission des oppositions conclue que les marques WATER BABIES® de l'Opposante et la [Marque] sont susceptibles de créer de la confusion pour rejeter la Demande en raison de l'absence de caractère distinctif (para 78) ». Elle ajoute :

[TRADUCTION]

<p>(para 80) (références omises)</p>	<p>La jurisprudence relative au fardeau juridique de la Requérente concernant la question du caractère distinctif indique clairement que lorsque l'Opposant a produit suffisamment de preuves pour permettre à la Commission des oppositions de conclure que les membres du public canadien seraient conscients des marques WATER BABIES® de l'Opposante, de sorte que la marque ait acquis une réputation au Canada, et que la Requérente ne produit guère ou pas de preuves démontrant que sa [Marque] distinguerait ses produits ou services, la Requérente ne se sera pas acquittée de son fardeau juridique.</p>
<p>(para 81) (références omises)</p>	<p>La Requérente n'a produit aucune preuve démontrant que la [Marque] distingue ses produits ou services ou a été adaptée pour distinguer ses produits ou services. Il n'y a aucune preuve que la [Marque] est affichée sur les produits de la Requérente ou liaison avec eux, en tant qu'indication de provenance, au moment du transfert, au Canada ou ailleurs. De plus, il n'y a aucune preuve que la Requérente a déjà rendu l'un des services énumérés dans la Demande, au Canada ou ailleurs, ou que la [Marque] a été affichée en liaison avec de tels services.</p>

[39] Dans *Clarco Communications Ltd. c Sassy Publishers Inc.* (1994), 54 CPR (3d) 418 (CF 1^{re} inst), le juge Denault déclare ceci à la page 428 :

Bien que le caractère distinctif d'une marque de commerce soit très souvent apprécié lors de l'examen de la question de savoir si la marque de commerce projetée crée de la confusion avec une autre marque de commerce au sens de l'article 6 de la Loi, il est possible de rejeter une demande d'enregistrement au motif qu'elle n'est pas distinctive, indépendamment de la question de la confusion, à condition que ce moyen soit invoqué dans une opposition [...] Le caractère distinctif est une caractéristique fondamentale et essentielle d'une marque de commerce. Le moyen fondé sur l'absence de caractère distinctif peut donc être soulevé en opposition par quiconque et s'appuyer sur le défaut de distinguer ou d'être adapté à distinguer la marque de commerce projetée des marchandises de tous les autres propriétaires.

[40] Une marque de commerce se distingue véritablement en acquérant le caractère distinctif par l'emploi, ce qui lui confère un caractère distinctif en fait. Une marque de commerce proposée doit être une marque qui est adaptée de manière à distinguer les produits et services de son propriétaire [*The Molson Companies Limited c. Les Brasseries Carling O'Keefe du Canada Limitée* (1982), 55 CPR (2d) 15 (CF 1^{re} inst)].

[41] Je conclus que la Marque est adaptée pour distinguer les Produits et Services de cours de natation de l'Opposante des produits de l'Opposante et qu'elle les distingue véritablement, compte tenu des différences entre le genre et le commerce de ces produits. À cet égard, les produits de l'Opposant s'adressent aux consommateurs qui souhaitent utiliser un écran solaire ou un écran solaire total sur leurs enfants. En revanche, les Produits et Services de cours de natation de la Requérante s'adressent à un public cible différent : les personnes qui souhaitent offrir des cours de natation et des services de photographie et celles qui souhaitent avoir des cours de natation ou des services de photographie pour leurs enfants. Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté en ce qui concerne les Produits et Services de cours de natation.

[42] En ce qui concerne les Produits qui se chevauchent, je ne conclus pas que la Marque a été adaptée pour distinguer ces produits des produits de l'Opposante, compte tenu des liens entre les produits décrits au paragraphe 29 de la présente décision. En ce qui concerne les autres produits et services, vu l'étendue du caractère distinctif acquis des marques de commerce de l'Opposante, je conclus que la Marque n'a pas été adaptée pour distinguer ces produits et services des produits

de l'Opposante. Par conséquent, ce motif d'opposition est accueilli à l'égard des mêmes produits et services que dans le motif d'opposition prévu à l'article 12(1)d).

Motifs d'opposition fondés sur les articles 30d), 30e) et 30i)

[43] La date pertinente pour ces motifs d'opposition est la date de production de la demande [*Georgia-Pacific Corp c Scott Paper Ltd* (1984), 3 CPR (3d) 469 (COMC)] ou la date de production prioritaire [*Agrifoods International Cooperative Ltd c Pacific Foods of Oregon* (1996), 70 CPR (3d) 334 (COMC)]. Dans cette opposition, la différence entre les dates n'aurait pas d'incidence sur mon évaluation des motifs prévus à l'article 30.

[44] Je rejette le motif d'opposition fondé sur l'article 30i) parce que l'allégation portant que la Requérante savait que la Marque créait de la confusion avec les marques de commerce WATER BABIES de l'Opposante ne constitue pas un motif d'opposition valable. L'article 30i) de la Loi exige simplement que le requérant se déclare convaincu d'avoir droit d'employer la marque visée par la demande. Une telle déclaration est comprise dans la demande relative à la Marque. En outre, la simple connaissance des droits d'un opposant, à la date de production de la demande, n'est pas suffisante pour justifier un motif d'opposition fondé sur l'article 30i) [*Woot, Inc c WootRestarants Inc Les Restaurants Woot Inc* 2012 COMC 197]. L'article 30i) de la Loi peut servir de fondement à un motif d'opposition dans des cas exceptionnels, comme lorsqu'il est allégué que le requérant est de mauvaise foi ou lorsque des dispositions législatives précises font obstacle à l'enregistrement de la marque visée par la demande [voir *Sapodilla Co Ltd c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC) et *Société canadienne des postes c Registraire des marques de commerce* (1991), 40 CPR (3d) 221 (CF 1^{re} inst)]. Cependant, en l'espèce, il n'y a aucun fait ni aucune allégation de cette nature.

[45] En ce qui concerne les motifs d'opposition prévus aux articles 30d) et 30e), l'Opposante n'a présenté aucune preuve que la Requérante n'avait pas l'intention de commencer l'emploi au Canada en liaison avec les Produits ou Services ou qu'elle avait commencé l'emploi avant la date de production. L'Opposante n'a pas non plus présenté de preuve que la Requérante n'avait pas employé la marque à l'étranger au Royaume-Uni. L'Opposante soutient que la demande devrait être refusée au motif que la Requérante n'a produit que la preuve par oui-dire de M^{me} Roberts (observations écrites de l'Opposante, para 39) :

[TRADUCTION]

[...] Il est donc évident que la Requérante n'a production qu'une preuve par oui-dire à la suite de délibérations et de prévisions. Il s'agissait probablement d'une tentative d'empêcher la Requérante d'être réellement dérangée par ces procédures ou d'une tentative d'isoler la Requérante du contre-interrogatoire, ou les deux. Aucune des raisons n'exige la production d'une preuve par oui-dire. En effet, aucune raison quelconque n'a été invoquée par la Requérante pour expliquer sa décision « stratégique » de ne produire qu'une preuve par oui-dire. Par conséquent, la preuve de la Requérante devrait être rejetée dans son intégralité. Comme le fardeau incombe à la Requérante, cette seule raison justifie le refus de la Demande dans son intégralité.

[46] La preuve de M^{me} Roberts n'aurait pas été suffisante pour respecter le fardeau de preuve de la Requérante en ce qui concerne les motifs d'opposition fondés sur les articles 30*d*) et 30*e*). Toutefois, je ne conclus pas que le contre-interrogatoire de M^{me} Roberts et les refus par cette dernière de répondre à des questions particulières sont suffisants pour répondre au fardeau de preuve de l'Opposante, puisque M^{me} Roberts n'est pas une représentante de la Requérante et n'aurait donc pas connaissance de ses activités. Si ma conclusion est erronée, j'aurais conclu que l'Opposante a rempli son fardeau de preuve en ce qui concerne le motif d'opposition fondé sur l'article 30*e*) en tirant une conclusion défavorable aux questions 121 à 125, à savoir que la Requérante avait employé la Marque avant la production. J'aurais jugé qu'il convenait de tirer une conclusion défavorable parce que la Requérante prétend se fonder sur la preuve d'emploi produite par M^{me} Roberts, mais se soustrait pourtant au contre-interrogatoire sur certains aspects de l'emploi de la Marque. Dans *Coca-Cola Ltd. c Compagnie française de Commerce International COFCI, S.A.*, (1991), 35 CPR (3d) 406, aux p. 412 et 413, le registraire a expliqué la portée du contre-interrogatoire dans les décisions d'opposition :

[TRADUCTION]

[...] Bien que la portée du contre-interrogatoire ne soit sans doute pas aussi large que celle qui est permise lors de l'interrogatoire préalable dans une action civile, le contre-interrogatoire peut couvrir des questions autres que la question précise à l'égard de laquelle l'affidavit en cause a été présentée. En effet, une opposition n'est pas une simple procédure entre parties, mais nécessite également un examen de l'intérêt public. Ainsi, il est dans l'intérêt public de permettre d'interroger le dirigeant d'une partie requérante au sujet de l'exactitude de la date de premier emploi revendiquée afin d'assurer la légitimité du fondement sur lequel repose la demande d'enregistrement de la partie requérante. La portée élargie du contre-interrogatoire mené dans les procédures de l'opposition découle également (du moins dans le cas d'un motif fondé sur le non-respect de l'alinéa 30*b*) de

la Loi) du fait que les renseignements se rapportant à ce motif sont, pour la plupart, connus de la partie requérante. En conséquence, s'il est jugé que l'affidavit de M. Grivory se limite à la question du genre de marchandises et de la nature du commerce de la requérante, j'estime que l'opposante avait néanmoins le droit de mener un contre-interrogatoire élargi de manière à couvrir la question connexe de la date à laquelle la requérante a employé sa marque pour la première fois.

Toutefois, même si j'avais conclu que l'opposition était accueillie en ce qui concerne le motif d'opposition fondé sur l'article 30e), la demande pourrait encore aller de l'avant en fonction de l'emploi et de l'enregistrement à l'étranger.

DEMANDE N° 1,693,298

[47] La Requérante a aussi demandé l'enregistrement de la marque de commerce indiquée ci-dessous (la Marque WATER BABIES) en liaison avec les Produits et Services visés par la demande n° 1,693,298 à l'Annexe B. L'expression WATER BABIES est blanche sur fond bleu.



[48] La demande pour la Marque WATER BABIES est fondée sur l'emploi projeté par la Requérante au Canada, l'emploi au Canada et l'emploi et l'enregistrement au Royaume-Uni, comme l'indique l'annexe B, et elle a été produite le 11 septembre 2014 avec une date de production prioritaire du 19 mai 2014.

[49] L'Opposante invoque les mêmes motifs d'opposition que dans la demande n° 1,623,371 et la preuve dans cette procédure est semblable à celle produite à l'égard de cette demande. La principale différence entre les cas est que les Produits et Services visés par la demande n° 1,693,298 ont une portée plus petite que ceux visés par la demande n° 1,623,371 et se limitent davantage aux services de base de cours de natation et de photographie de la Requérante. Les dates pertinentes pour les motifs d'opposition liés à la confusion sont la date de la décision (motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d), la date de production prioritaire (motifs

d'opposition fondés sur les articles 16(2) et 16(3)), la date de premier emploi revendiquée dans la demande, avril 2014, et la date de production de la déclaration d'opposition, le 16 août 2016.

[50] La preuve résumée relativement au motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)*d*) pour la demande n° 1,623,371 est pertinente pour chacun des motifs de confusion en l'espèce. Compte tenu de tous les éléments de preuve résumés ci-dessus, compte tenu de la différence dans le genre des produits et services et dans les voies de commercialisation, je conclus que la Requérante s'est acquittée de son fardeau juridique de prouver qu'il n'y a pas de probabilité raisonnable de confusion à l'égard des Produits et Services visés par la demande n° 1,693,298 à toutes les dates pertinentes. L'Opposante cible les consommateurs qui souhaitent obtenir des écrans solaires ou des écrans solaires totaux pour leurs enfants dans les pharmacies, les épiceries et d'autres détaillants de marchandises générales (affidavit de M. Grey, para 10). Pour la Requérante, les Produits et Services visés par la demande n° 1,693,298 ciblent les consommateurs qui souhaitent exploiter une entreprise d'enseignement et de photographie dans le domaine de la natation et les consommateurs qui souhaitent obtenir des cours d'enseignement de la natation et de photographie sous l'eau, ainsi que des produits et services connexes. En rejetant les motifs d'opposition fondés sur la confusion, j'ai tenu compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris les différences dans le genre des produits et des services et leurs voies de commercialisation et ces faits : (i) seules les marques de commerce WATER BABIES de l'Opposante ont un degré élevé de caractère distinctif acquis; (ii) il existe un degré extrêmement élevé de ressemblance entre la Marque WATER BABIES et les marques de commerce de l'Opposante; et (iii) il n'y a aucune preuve que les consommateurs occasionnels sont habitués à voir les marques de commerce et WATER BABIES et à devoir faire la distinction entre elles.

[51] Je rejette les motifs d'opposition fondés sur les articles 30*b*), 30*d*), 30*e*) et 30*i*) pour les mêmes motifs que pour la demande n° 1,623,371.

DÉCISIONS

[52] Je prends les décisions suivantes dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi.

[53] En ce qui concerne la demande n° 1,623,371, je rejette l'opposition fondée sur l'article 38(12) de la Loi en ce qui concerne les Produits et Services de cours de natation suivants et je refuse la demande avec les autres produits et services.

bouées de sauvetage; DVD, CD-ROM, disques compacts, cassettes vidéo et audio, supports de données préenregistrés, nommément disques à mémoire flash et fichiers MP3 téléchargeables de cours de natation, de programmes de natation, de techniques de natation et d'enseignement de la natation; articles de papeterie, nommément livres pour autocollants, autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; affiches; autocollants à ventouse pour voitures; imprimés, nommément livres, feuillets, dépliants et manuels d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours et des techniques de natation ainsi que des programmes de natation; livres, nommément livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de voiture; photos de bébé sur des cartes; photos prises sous l'eau; appareils d'enseignement, nommément flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation.

Vente au détail et vente au détail sur Internet de flotteurs à usage récréatif, de flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation, d'équipement d'enregistrement et de lecture audio et vidéo, d'ordinateurs, de périphériques d'ordinateur et de matériel informatique, de programmes informatiques et d'accessoires d'ordinateur, de disques flash, de CD-ROM, de DVD, de CD et, de cassettes audio et vidéo préenregistrés et contenant de l'information, de l'enseignement et des cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de livres, de manuels et de brochures d'information, d'enseignement et de cours dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de photos, de photos de bébé, de photos de bébé pour pare-brise de voiture, de photos de bébé prises sous l'eau, d'autocollants, d'autocollants pour carrosseries de voiture, d'autocollants à ventouse pour voitures; formation de photographes, nommément ateliers et conférences dans le domaine de la photographie; services photographiques, services de consultation en gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; services de consultation pour les franchises en matière de gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; enseignement de la natation; offre de cours, d'enseignement et de leçons de natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques dans les domaines des cours de natation et de l'enseignement de la natation; cours de gymnastique aquatique pour femmes enceintes, d'entraînement physique et/ou d'aérobique; enseignement de l'aérobique, exercices ainsi qu'exercices de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs d'aérobique, d'entraînement physique et de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; coaching personnel dans les domaines de l'enseignement de la natation, de l'entraînement à la natation et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs dans les domaines de la natation, de l'enseignement de la natation, de

l'entraînement physique et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes.

[54] En ce qui concerne la demande n° 1,693,298, je rejette l'opposition selon les dispositions de l'article 38(12) de la Loi.

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

Traduction certifiée conforme
François Cyrenne, trad. a.

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

Aucune audience tenue

Agents au dossier

GOWLING WLG (CANADA) LLP

Pour l'Opposante

MOFFAT & CO.

Pour la Requérante

Annexe A – Demande n° 1,623,371

Produits (1) et Services (1) fondés sur l'emploi projeté au Canada
Produits (2) et Services (2) fondés sur l'emploi et l'enregistrement à l'étranger

Produits

(1) Vêtements, notamment couches, couches en papier, couches de natation et couches-culottes; vêtements, notamment sous-vêtements; chemises, chaussettes, tee-shirts, pantalons, shorts, manteaux courts, chandails, pyjamas, gants et mitaines; mouchoirs; vêtements pour la natation, notamment maillots de bain, costumes de bain pour enfants, tout-petits et nourrissons; bonnets de bain; couvre-chefs, notamment casquettes de baseball, casquettes de golf et tuques; articles chaussants, notamment sandales, chaussures tout-aller, chaussures de sport, chaussures d'entraînement sportif; combinaisons isothermes; combinaisons isothermes pour enfants, nourrissons et bébés; pince-nez pour plongeurs et nageurs; bouchons d'oreilles; lunettes de sport; lunettes de natation; masques de natation; dispositifs flottants pour la baignade et la natation pour enfants, nourrissons, tout-petits et bébés à usage récréatif; dispositifs flottants de natation conçus pour être intégrés dans des costumes de bain; flotteurs, notamment vestes de sauvetage ainsi que gilets et ceintures de natation; flotteurs; planches de natation; bouées de sauvetage; appareils pour l'enregistrement, la transmission ou la reproduction de sons ou d'images, notamment enregistreurs de cassettes, enregistreurs numériques, enregistreurs vidéo numériques, appareils photo et caméras numériques; disques optiques vierges; DVD, CD-ROM, disques compacts, cassettes vidéo et audio, supports de données préenregistrés, notamment disques à mémoire flash et fichiers MP3 téléchargeables de cours de natation, de programmes de natation, de techniques de natation et d'enseignement de la natation; disques d'enregistrement informatique vierges; ordinateurs; tapis de souris; articles de papeterie, notamment livres pour autocollants, autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; affiches; autocollants à ventouse pour voitures; imprimés, notamment livres, feuillets, dépliants et manuels d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours et des techniques de natation ainsi que des programmes de natation; livres, notamment livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de voiture; photos de bébé sur des cartes; photos prises sous l'eau; banderoles; baignoires pour bébés portatives; sacs de voyage; havresacs; sacs de sport; sacs pour le transport de vêtements de sport et de natation; ustensiles et contenants pour la maison ou la cuisine; brosses à cheveux, peignes à cheveux et éponges; brosses à dents; contenants isothermes pour boissons; vaisselle, notamment tasses et grandes tasses; verres; grandes tasses, flasques; tasses; gourdes; biberons; bouteilles de voyage; verres; récipients à boire, notamment grandes tasses; tirelires; étuis à lunettes; tissus et produits textiles, notamment linge de toilette, linge de lit, serviettes, serviettes de toilette, débarbouillettes, sorties de bain, tissu éponge, peignoirs en tissu éponge; couvre-lits et dessus de table; piscines jouets; jouets pour la piscine; jouets pour le bain; bouées de sauvetage; jouets, notamment bateaux

jouets; appareils d'enseignement, notamment flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation.

(2) Vêtements, notamment couches, couches en papier, couches de natation et couches-culottes; vêtements, notamment sous-vêtements; chemises, chaussettes, tee-shirts, pantalons, shorts, manteaux courts, chandails, pyjamas, gants et mitaines; mouchoirs; vêtements pour la natation, notamment maillots de bain, costumes de bain pour enfants, tout-petits et nourrissons; bonnets de bain; couvre-chefs, notamment casquettes de baseball, casquettes de golf et tuques; articles chaussants, notamment sandales, chaussures tout-aller, chaussures de sport, chaussures d'entraînement sportif; combinaisons isothermes; combinaisons isothermes pour enfants, nourrissons et bébés; pince-nez pour plongeurs et nageurs; bouchons d'oreilles; lunettes de sport; lunettes de natation; masques de natation; dispositifs flottants pour la baignade et la natation pour enfants, nourrissons, tout-petits et bébés à usage récréatif; dispositifs flottants de natation conçus pour être intégrés dans des costumes de bain; flotteurs, notamment vestes de sauvetage ainsi que gilets et ceintures de natation; flotteurs; planches de natation; bouées de sauvetage; appareils pour l'enregistrement, la transmission ou la reproduction de sons ou d'images, notamment enregistreurs de cassettes, enregistreurs numériques, enregistreurs vidéo numériques, appareils photo et caméras numériques; disques optiques vierges; DVD, CD-ROM, disques compacts, cassettes vidéo et audio, supports de données préenregistrés, notamment disques à mémoire flash et fichiers MP3 téléchargeables de cours de natation, de programmes de natation, de techniques de natation et d'enseignement de la natation; disques d'enregistrement informatique vierges; ordinateurs; tapis de souris; articles de papeterie, notamment livres pour autocollants, autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; affiches; autocollants à ventouse pour voitures; imprimés, notamment livres, feuillets, dépliants et manuels d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours et des techniques de natation ainsi que des programmes de natation; livres, notamment livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de voiture; photos de bébé sur des cartes; photos prises sous l'eau; banderoles; baignoires pour bébés portatives; sacs de voyage; havresacs; sacs de sport; sacs pour le transport de vêtements de sport et de natation; ustensiles et contenants pour la maison ou la cuisine; brosses à cheveux, peignes à cheveux et éponges; brosses à dents; contenants isothermes pour boissons; vaisselle, notamment tasses et grandes tasses; verres; grandes tasses, flasques; tasses; gourdes; biberons; bouteilles de voyage; verres; récipients à boire, notamment grandes tasses; tirelires; étuis à lunettes; tissus et produits textiles, notamment linge de toilette, linge de lit, serviettes, serviettes de toilette, débarbouillettes, sorties de bain, tissu éponge, peignoirs en tissu éponge; couvre-lits et dessus de table; piscines jouets; jouets pour la piscine; jouets pour le bain; bouées de sauvetage; jouets, notamment bateaux jouets; appareils d'enseignement, notamment flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation.

Services

(1) Vente au détail et vente au détail sur Internet de vêtements, de vêtements de bain, d'articles chaussants, de couvre-chefs, de linge de lit et de toilette, d'articles de sport,

de combinaisons isothermes, de flotteurs personnels, de flotteurs à usage récréatif, de flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation, de sacs de sport, de sacs à dos, de sacs de transport à usage général, d'équipement d'enregistrement et de lecture audio et vidéo, d'ordinateurs, de périphériques d'ordinateur et de matériel informatique, de programmes informatiques et d'accessoires d'ordinateur, de disques flash, de CD-ROM, de DVD, de CD et de cassettes audio et vidéo préenregistrés et contenant de l'information, de l'enseignement et des exercices dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de livres, de manuels et de brochures d'information, d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de jouets, de photos, de photos de bébé, de photos de bébé pour pare-brise de voiture, de photos de bébé prises sous l'eau, d'autocollants, d'autocollants pour carrosseries de voiture, d'autocollants à ventouse pour voitures, d'étuis à lunettes, d'ustensiles et de contenants pour la maison ou la cuisine, d'articles ménagers, de peignes à cheveux et de brosses, d'éponges de lavage, de baignoires pour bébés portatives, de contenants isothermes pour boissons, de gourdes, de biberons, de vaisselle, de tasses, de bouteilles de voyage, de verres, de récipients à boire, de grandes tasses, de tirelires, de jouets pour enfants, d'équipement de sport; formation de photographes, nommément ateliers et conférences dans le domaine de la photographie; services photographiques; services de consultation en gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; services de consultation pour les franchises en matière de gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; enseignement de la natation; offre de cours, d'enseignement et de leçons de natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques dans les domaines des cours de natation et de l'enseignement de la natation; cours de gymnastique aquatique pour femmes enceintes, d'entraînement physique et/ou d'aérobique; enseignement de l'aérobique, exercices ainsi qu'exercices de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs d'aérobique, d'entraînement physique et de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; coaching personnel dans les domaines de l'enseignement de la natation, de l'entraînement à la natation et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs dans les domaines de la natation, de l'enseignement de la natation, de l'entraînement physique et de la gymnastique aquatique pour femmes enceintes.

(2) Vente au détail et vente au détail sur Internet de vêtements, de vêtements de bain, d'articles chaussants, de couvre-chefs, de linge de lit et de toilette, d'articles de sport, de combinaisons isothermes, de flotteurs personnels, de flotteurs à usage récréatif, de flotteurs utilisés pour l'enseignement de la natation, de sacs de sport, de sacs à dos, de sacs de transport à usage général, d'équipement d'enregistrement et de lecture audio et vidéo, d'ordinateurs, de périphériques d'ordinateur et de matériel informatique, de programmes informatiques et d'accessoires d'ordinateur, de disques flash, de CD-ROM, de DVD, de CD et de cassettes audio et vidéo préenregistrés et contenant de l'information, de l'enseignement et des exercices dans les domaines des cours, des techniques et/ou des programmes de natation, de livres, de manuels et de brochures d'information, d'enseignement et d'exercices dans les domaines des cours,

des techniques et/ou des programmes de natation, de jouets, de photos, de photos de bébé, de photos de bébé pour pare-brise de voiture, de photos de bébé prises sous l'eau, d'autocollants, d'autocollants pour carrosseries de voiture, d'autocollants à ventouse pour voitures, d'étuis à lunettes, d'ustensiles et de contenants pour la maison ou la cuisine, d'articles ménagers, de peignes à cheveux et de brosses, d'éponges de lavage, de baignoires pour bébés portatives, de contenants isothermes pour boissons, de gourdes, de biberons, de vaisselle, de tasses, de bouteilles de voyage, de verres, de récipients à boire, de grandes tasses, de tirelires, de jouets pour enfants, d'équipement de sport; formation de photographes, nommément ateliers et conférences dans le domaine de la photographie; services photographiques; services de consultation en gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; services de consultation pour les franchises en matière de gestion des affaires dans les domaines de l'enseignement de la natation et des cours d'entraînement physique; enseignement de la natation; offre de cours, d'enseignement et de leçons de natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques dans les domaines des cours de natation et de l'enseignement de la natation; cours de gymnastique aquatique pour femmes enceintes, d'entraînement physique et/ou d'aérobique; enseignement de l'aérobique, exercices ainsi qu'exercices de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs d'aérobique, d'entraînement physique et de gymnastique aquatique pour femmes enceintes; coaching personnel dans les domaines de l'enseignement de la natation, de l'entraînement à la natation et de l'entraînement physique en milieu aquatique pour femmes enceintes; formation de professeurs et d'entraîneurs dans les domaines de la natation, de l'enseignement de la natation, de l'entraînement physique et de la gymnastique aquatique pour femmes enceintes.

Annexe B – Demande n° 1,693,298

Produits (1) et Services (1) fondés sur l'emploi projeté au Canada
Produits (3) et Services (3) fondés sur l'emploi et l'enregistrement au Royaume-Uni
Services (2) fondés sur l'emploi au Canada depuis au moins avril 2014

Produits

(1) Imprimés, nommément livres, feuillets, dépliants et manuels de formation et d'exercices dans les domaines des cours, des techniques et des routines de natation; livres, nommément livres pour enfants; photos; photos de bébé; photos de bébé pour pare-brise de voiture; autocollants; autocollants pour carrosseries de voiture; photos prises sous l'eau; autocollants pour voitures; autocollants à ventouse pour voitures.

Services

(1) Services de formation, services de cours et services de divertissement ayant tous trait à l'aérobique, à l'exercice et aux activités aquanatales; services d'enseignement et de formation ayant trait à la photographie; photographie; services de photographie; photographie de portrait; photographie sous-marine; offre d'installations de bains et de piscines; cours d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales; enseignement

de l'aérobique, de l'exercice et des activités aquanatales; formation de moniteurs d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales; formation de photographes; services de formation en entraînement physique; services d'information, d'enseignement, de cours et de formation dans les domaines des cours d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales ainsi que de l'enseignement connexe; services de formation, à savoir offre de cours d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales et enseignement connexe; organisation et tenue d'évènements ayant trait à l'aérobique, à l'exercice et aux activités aquanatales; cours, leçons, écoles et spectacles ayant trait à l'aérobique, à l'exercice et aux activités aquanatales; divertissement, à savoir aérobique, exercice et activités aquanatales; cours d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales; présentations ayant trait à l'aérobique, à l'exercice et aux activités aquanatales; services d'encadrement personnel dans les domaines de l'aérobique, de l'exercice et des activités aquanatales; divertissement, à savoir prestations d'aérobique, d'exercice et d'activités aquanatales; services d'éducation physique; divertissement, à savoir natation; services d'encadrement personnel; services d'encadrement personnel dans le domaine de la natation; offre de musique numérique et d'autres contenus audio-vidéo sur des sites Web de MP3; divertissement, à savoir prestations de natation; services de consultation, de conseil et d'information pour ou concernant tous les services susmentionnés.

(2) Services de formation, services de cours et services de divertissement ayant tous trait à la natation pour les nourrissons et les bébés; cours de natation; enseignement de la natation; formation de moniteurs de natation; services d'enseignement, de cours et de formation dans le domaine de la natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques, à savoir offre de cours de natation et enseignement connexe; services de formation, à savoir offre de cours de natation et enseignement connexe; offre de cours de natation et enseignement connexe; organisation et tenue d'évènements ayant trait à la natation; cours, leçons, écoles et spectacles de natation; enseignement de la natation; présentation de natation.

(3) Services de formation, services de cours et services de divertissement ayant tous trait à la natation pour nourrissons et bébés; services d'enseignement et de formation ayant trait à la photographie; photographie; services de photographie; photographie de portrait; photographie sous-marine; cours de natation; enseignement de la natation; formation de moniteurs de natation; services d'enseignement, de cours et de formation dans le domaine de la natation; services éducatifs, d'enseignement et pédagogiques, à savoir offre de cours de natation et enseignement connexe; services de formation, à savoir offre de cours de natation et enseignement connexe; offre de cours de natation et enseignement connexe; organisation et tenue d'évènements ayant trait à la natation; cours, leçons, écoles et spectacles natation; enseignement de la natation; présentation de natation.