

OPIC



CIPO

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE
THE REGISTRAR OF TRADEMARKS

Référence : 2021 COMC 244

Date de la décision : 2021-11-02

**[TRADUCTION CERTIFIÉE,
NON RÉVISÉE]**

DANS L’AFFAIRE DE L’OPPOSITION

2572951 Ontario Inc.

Opposante

et

**Tibet Green Tea Restaurant
Management Co., Ltd.**

Requérante

1,751,368 pour Caractères chinois

Demande

INTRODUCTION

[1] 2572951 Ontario Inc. (l’Opposante) s’oppose à l’enregistrement de la marque de commerce Caractères chinois (la Marque), montrée ci-dessous, visée par la demande d’enregistrement n° 1,751,368 (la Demande) de Qinsong Wang (M. Wang ou le Requérant original) :



[2] La translittération fournie pour les Caractères chinois est LV CHA CAN TING et leur traduction est [TRADUCTION] « Restaurant de thé vert ».

[3] La Demande est fondée sur l'emploi revendiqué au Canada en liaison avec les services suivants (les Services) depuis le 5 janvier 2015 :

Gestion hôtelière; administration commerciale de l'octroi de licences d'utilisation des produits et des services de tiers; présentation de produits dans les médias, à des fins de vente au détail, notamment publicité par panneau d'affichage électronique des produits et des services de tiers; offre de stratégies de marketing pour des tiers; services de marketing, notamment création de stratégies et de concepts de marketing pour des tiers; consultation en gestion de personnel; mise à jour et maintenance de données dans des bases de données; établissement de relevés de compte; location de distributeurs; location de kiosques de vente.

Cantines; restaurants; bureaux d'hébergement, notamment courtage en réservation pour hôtels et pensions de famille; cafétérias; services de traiteur d'aliments et de boissons; réservation d'hôtels; motels; hôtels; casse-croûte; location d'appareils de cuisson; services de bar.

[4] Les motifs d'opposition plaidés par l'Opposante sont fondés sur l'absence du caractère distinctif et sur des motifs techniques relatifs à la non-conformité de la Demande en vertu de l'article 30 de la *Loi sur les marques de commerce*.

[5] Pour les raisons exposées ci-dessous, je rejette l'opposition.

LE DOSSIER

[6] La Demande a été produite le 21 octobre 2015 et une cession a été subséquentement inscrite de sorte que la Demande soit présentement au nom de Tibet Green Tea Restaurant Management Co., Ltd. (Tibet Green Tea ou la Requérante).

[7] La Demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* le 14 février 2018. Le 13 mars 2018, l'Opposante a produit une déclaration d'opposition en vertu de l'article 38 de la Loi. Les motifs d'opposition plaidés par l'Opposante sont fondés sur les articles 30*a*), 30*b*), 30*i*), 30*g*) et 2 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi). Étant donné que la Loi a été modifiée le 17 juin 2019, toutes les mentions dans cette décision renvoient à la Loi modifiée, à l'exception des renvois aux motifs d'opposition (voir l'article 70 de la Loi qui prévoit que l'article 38(2) de la Loi tel qu'il se lit avant le 17 juin 2019 s'applique aux demandes annoncées avant cette date).

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

[9] Afin d'appuyer son opposition, l'Opposante a produit l'affidavit de Manlin Xi (exécuté le 4 septembre 2018), un directeur et actionnaire de l'Opposante. Tibet Green Tea a choisi de ne produire aucune preuve. Aucune des parties n'a déposé de plaidoyers écrits et aucune audience n'a été tenue.

FARDEAU ULTIME ET FARDEAU DE PREUVE

[10] C'est à la Requérante qu'incombe le fardeau ultime de démontrer, selon la prépondérance des probabilités, que la Demande est conforme aux exigences de la Loi. Toutefois, l'Opposante doit d'abord s'acquitter de son fardeau de preuve initial d'établir suffisamment de preuves admissibles à partir desquelles on pourrait raisonnablement conclure que les faits allégués à l'appui de chaque motif d'opposition existent [*John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst); *Dion Neckwear Ltd c Christian Dior, SA et al* (2002), 20 CPR (4th) 155 (CAF)].

REMARQUES PRÉLIMINAIRES

[11] En l'absence de plaidoyers écrits et d'une audience, il est difficile d'évaluer la position de chaque partie dans le contexte d'un processus contradictoire. Il ne revient pas au registraire d'envisager tous les arguments possibles que chaque partie pourrait soulever sous un motif d'opposition particulier. Gardant cela à l'esprit, je limiterai mon analyse des motifs d'opposition soulevés par l'Opposante à ceux qui correspondent directement à la preuve produite et je renverrai seulement à ces parties de la preuve qui sont pertinentes.

[12] De plus, dans la mesure que la preuve de l'Opposante contienne des arguments ou des opinions, je les ai ignorés. Je remarque également que les demandes dans l'affidavit de l'Opposante que je consulte Internet pour visionner certaines plateformes de médias sociaux (Facebook et Instagram) ne peuvent pas être respectées, puisque dans les procédures d'opposition, le registraire n'aura regard qu'à certains objets limités en l'absence d'une preuve convaincante à leur égard dans la preuve (comme une définition du dictionnaire).

ANALYSE DES MOTIFS D'OPPOSITION

Motif d'opposition fondé sur l'article 2

[13] L'Opposante a plaidé que la Marque n'est pas distinctive, puisqu'elle n'est pas en mesure de distinguer les Services de la Requérante des produits et des services des autres, y compris de l'Opposante. L'Opposante allègue qu'elle a employé la marque de commerce GREEN TEA RESTAURANT, et son équivalent en caractères chinois, en liaison avec les services de restaurant au Canada depuis au moins 2017.

[14] Pour le motif d'opposition plaidé en vertu de l'article 2, il y a un fardeau initial pour l'Opposante de démontrer que, à la date de production de l'opposition (le 13 mars 2018), sa marque de commerce ou son nom commercial étaient connus dans une mesure suffisante pour annuler le caractère distinctif de la Marque [*Bojangles' International LLC c Bojangles Café Ltd* (2006), 48 CPR (4th) 427 (CF)]. Pour ce faire, l'Opposante doit démontrer que sa marque de commerce est soit connue dans une certaine mesure au Canada, soit bien connue dans une région particulière du Canada [*Bojangles*, aux para 33 et 34].

[15] Comme il a été mentionné précédemment, la preuve de l'Opposante est composée de l'affidavit de Mme Manlin Xi. Mme Xi explique que l'Opposante exploite un restaurant sous le nom Green Tea Restaurant à Markham, en Ontario, et qu'elle est également une gérante du restaurant. Mme Xi affirme que l'Opposante a employé les marques de commerce GREEN TEA RESTAURANT et GREEN TEA, et l'équivalent en caractères chinois, en liaison avec les services de restaurant au Canada depuis au moins 2017.

[16] Mme Xi affirme que Green Tea Restaurant est un établissement gastronomique de taille complète qui peut présentement recevoir 120 clients. La Pièce A contient des copies de photos illustrant l'extérieur du restaurant de l'Opposante présentant un affichage portant la marque de commerce GREEN TEA RESTAURANT et l'équivalent en caractères chinois. La Pièce C contient des copies du menu de l'Opposante arborant les marques de commerce GREEN TEA et l'équivalent en caractères chinois. La Pièce B est une copie du permis commercial de l'Opposante pour 2018.

[17] Mme Xi indique que depuis son ouverture [TRADUCTION] « en 2017 », le Green Tea Restaurant de l'Opposante a acquis une excellente réputation. En appui, Mme Xi note que, en date du 27 août 2018 :

- sur le site Web Google Canada à *google.ca*, Green Tea Restaurant a reçu au moins 163 évaluations de clients, avec une moyenne de 3,6 étoiles sur 5. La Pièce D est une capture d'écran avec des renseignements sur Green Tea Restaurant sur le site Web Google Canada. Dans la partie principale de son affidavit, Mme Xi reproduit cinq évaluations de clients (sans date) qu'elle indique provenir du site Web Google Canada.
- Green Tea Restaurant a reçu une note de 3 étoiles sur 5 selon 78 évaluations sur le site Web d'évaluation participative Yelp à *www.yelp.ca*. La Pièce E est un imprimé montrant cinq évaluations de clients sur le site Web Yelp, dont deux sont en date de décembre 2017. Les autres évaluations tombent à l'extérieur de la date pertinente.
- Green Tea Restaurant a reçu une note de 3,8 étoiles sur 5 selon 9 évaluations (sans date) sur la plateforme de réseau social Facebook. Je remarque qu'aucun imprimé de Facebook n'est fourni.
- Mme Xi mentionne également [TRADUCTION] « des centaines de photos » prises au Green Tea Restaurant et diffusées par les utilisateurs sur la plateforme de réseau social Instagram. Toutefois, aucun autre détail et aucune autre pièce ne sont fournis.

[18] J'estime que la preuve de Mme Xi n'arrive pas à démontrer que, à la date de production de l'opposition (13 mars 2018), ses marques de commerce étaient connues dans une certaine mesure au Canada ou bien connues dans une région particulière du Canada. Mettant de côté les questions de oui-dire, une grande partie de la preuve constituée d'évaluations de clients, laquelle en elle-même est très minime, ne peut pas être considérée puisqu'elle ne porte aucune date ou tombe à l'extérieur de la date pertinente. Bien que Mme Xi indique que le restaurant de l'Opposante a été ouvert en 2017, il n'y a aucune indication du mois de l'ouverture. Les deux évaluations de clients (en date de décembre 2017) qui précèdent la date pertinente suggèrent que le restaurant a été ouvert en décembre 2017. Associé au permis commercial de 2018, il

semblerait que, à la date pertinente, le restaurant de l'Opposante n'était pas en activité depuis une période importante. De plus, aucune preuve de chiffres de ventes ou de dépenses publicitaires n'a été fournie, ce qui rend difficile de bien comprendre le nombre de clients qui pourraient avoir visité le restaurant ou rencontré des publicités pour celui-ci.

[19] Par conséquent, l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau initial et ce motif d'opposition est rejeté.

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

[20] L'Opposante a plaidé que, en contravention aux articles 38(2)a) et 30a) de la Loi, la Demande ne contient aucun état déclaratif, en termes ordinaires du commerce, des produits ou des services en liaison avec lesquels la Marque a été présumément employée ou l'on propose de l'employer.

[21] L'Opposante assume le fardeau initial et il n'y a rien dans la preuve de l'Opposante qui aborde cette question. En l'absence de preuve, de plaidoyer écrit ou de plaidoyer oral sur cette question, je conclus que l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau initial. Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté.

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

[22] L'Opposante a plaidé que, en contravention aux articles 38(2)a) et 30b) de la Loi, à la date de production de la Demande (la date pertinente), le Requéran original n'avait pas employé la Marque comme il a été allégué, ou d'une quelconque façon, ou avait subséquemment abandonné la Marque. Plus particulièrement, l'Opposante allègue ce qui suit :

[TRADUCTION]

« [...] Le requérant Qinsong Wang, qui vit en Chine, allègue dans la demande d'enregistrement de marque de commerce qu'il ou elle a employé la marque de commerce au Canada depuis le 5 janvier 2015 en liaison avec les Services. On allègue que le requérant (Qinsong Wang) n'a pas employé la Marque comme il a été allégué, ou d'une quelconque façon, ou avait subséquemment abandonné la Marque au Canada. Si la requérante avait en effet employé la Marque au Canada en liaison avec quelconques services, alors il ou elle devrait avoir, à tout le moins, une adresse pour un bureau ou un lieu d'affaires au Canada. Dans la Demande, le requérant n'a fourni aucune adresse

commerciale au Canada. Plutôt, l'adresse du requérant se trouve dans un édifice à logements résidentiel dans la province du Zhejiang, en Chine. »

[23] Le fardeau de preuve incombant à un opposant en ce qui concerne le non-respect du requérant à cet article de la Loi est léger [*John Labatt Ltd c Molson Companies Ltd* (1990), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst), à la p. 298; *Corporativo de Marcas GJB, SA de CV c Bacardi & Company Ltd*, 2014 CF 323, aux para 33 à 38]. Si un opposant s'acquitte de son fardeau de preuve, un requérant doit démontrer, selon la prépondérance des probabilités, qu'il a employé la marque de commerce en date de la revendication.

[24] L'Opposante a produit une preuve pour tenter de s'acquitter de son fardeau. Plus particulièrement, Mme Xi affirme qu'elle [TRADUCTION] « a mené des recherches en ligne au moyen du moteur de recherche Google » et n'a pu trouver aucune preuve que le Requéant original a :

- employé la Marque en liaison avec les Services allégués au Canada;
- possédé une adresse commerciale au Canada;
- exploité un restaurant ou l'une des entreprises alléguées au Canada.

[25] Mme Xi affirme qu'elle a mené des recherches semblables en ce qui a trait à Tibet Green Tea et n'a pas pu trouver une quelconque preuve que Tibet Green Tea avait une adresse commerciale au Canada ou avait exploité un restaurant ou l'une des autres entreprises alléguées au Canada. Mme Xi a également mené une recherche sur le site Web de Corporations Canada pour tenter de trouver une entrée pour Tibet Green Tea. Sa recherche pour des corporations fédérales (jointe à titre de Pièce F) n'a fourni aucun résultat. De plus, Mme Xi affirme qu'elle a mené des recherches en ligne dans le registre des entreprises de la Colombie-Britannique et la base de données du registre des entreprises de l'Alberta et n'a obtenu aucun résultat (aucun résultat de recherche n'est joint). De plus, Mme Xi a téléphoné au Registre des entreprises de l'Ontario et a été informée par un représentant du service à la clientèle (par téléphone) qu'il ne pouvait pas trouver Tibet Green Tea dans la base de données du Registre des entreprises de l'Ontario.

[26] Puisque Mme Xi n'a fourni aucune indication du moment auquel ses recherches Google ont été effectuées ou les paramètres précis des recherches, et puisqu'aucune copie des résultats de recherche n'est fournie, ces constatations n'ont aucune valeur probante. Pareillement, les recherches de registres d'entreprises ne sont pas particulièrement utiles puisque les dates des recherches ne sont pas fournies, Mme Xi n'a pas réellement effectué l'une des recherches (les résultats de recherche de l'Ontario qu'elle mentionne proviennent d'un représentant du service à la clientèle non nommé avec qui elle a parlé par téléphone) et seulement une copie des résultats de recherche du registre fédéral des sociétés est fournie.

[27] Cela étant dit, même en supposant que le Requéran original n'était pas physiquement établi au Canada à la date pertinente, cela n'entraîne pas nécessairement la conclusion que le Requéran original n'avait pas employé la Marque à la date revendiquée du 5 janvier 2015. Par exemple, la Marque aurait pu avoir été employée par le Requéran original par l'entremise d'un licencié. À cet égard, je remarque que l'article 30*b*) de la Loi ne requière pas qu'un requérant précise si la marque de commerce a été employée par le requérant lui-même ou par un licencié. De plus, l'Opposante n'a présenté aucune preuve qui me permettrait de déduire qu'aucune entente de licence n'était en place à la date pertinente. Pour la même raison, en supposant que Tibet Green Tea n'est pas physiquement établi au Canada, cela n'appuie pas en soi une allégation qu'elle n'a pas continuellement employé la Marque. Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté.

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

[28] L'Opposante a plaidé que la Demande n'est pas conforme aux articles 38(2)*a*) et 30*i*) de la Loi, puisque ni le Requéran original ni la cessionnaire (et propriétaire actuelle) Tibet Green Tea n'auraient pu être convaincus qu'il ou elle avait le droit d'employer la Marque au Canada en liaison avec les Services. L'Opposante allègue que [TRADUCTION] « de plus, le document de cession de la marque de commerce soumis par le requérant individuel (Qinsong Wang) à l'OPIC est inapproprié et invalide, à tout le moins parce que le requérant n'avait pas employé la Marque tel qu'allégué dans la Demande, ou d'une quelconque façon, ou avait subséquemment abandonné la Marque au Canada ».

[29] Lorsqu'un requérant a fourni dans sa demande la déclaration exigée à l'article 30*i*), un motif d'opposition fondé sur cet article ne devrait être accueilli que dans des cas exceptionnels, comme lorsqu'il existe une preuve que le requérant est de mauvaise foi [*Sapodilla Co Ltd c Bristol-Myers Co* (1974), 15 CPR (2d) 152 (COMC), à la p. 155]. À la date de production de la Demande, le Requéran original a fourni la déclaration nécessaire et l'Opposante n'a produit aucune preuve pour démontrer qu'il s'agit d'un cas exceptionnel. Je n'estime pas que le caractère inapproprié et invalidé allégué de la cession soit un facteur qui touche la persuasion du Requéran original de son droit d'employer la Marque à la date de production de la demande (21 octobre 2015) puisque la cession, en date du 24 mai 2017, ne correspond pas à la date pertinente (c'est-à-dire, la date de production de la Demande) et ne semble pas être une cession rétroactive (affidavit Xi, Pièce G, qui est composée d'une copie de l'historique du dossier pour la Demande, y compris le document de cession). Par conséquent, ce motif d'opposition est rejeté.

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

[30] L'Opposante plaide que la Demande n'est pas conforme aux articles 38(2)*a*) et 30g) de la Loi, puisque le Requéran original n'a pas de bureau ou de lieu d'affaires au Canada et que le représentant canadien nommé pour signification, Global IP Law Ltd, n'existe pas. L'Opposante allègue également que l'adresse du représentant pour signification non existant est simplement une adresse de bureau virtuelle.

[31] L'article 30g) de la Loi exige que le requérant fournisse l'adresse de son bureau ou lieu d'affaires principal au Canada, le cas échéant, et si le requérant n'a pas de bureau ou de lieu d'affaires au Canada, l'adresse de son bureau ou lieu d'affaires principal à l'étranger. Dans la Demande en cause, le Requéran original a fourni l'adresse de son bureau ou de son lieu d'affaires principal à l'étranger. L'Opposante n'a produit aucune preuve démontrant que ce n'est pas le cas.

[32] En ce qui a trait aux allégations que Global IP Law Ltd (le Représentant pour signification à la date de production de la Demande) n'existe pas, je suppose que l'Opposante a tenté de le démontrer au moyen de la recherche de Mme Xi du registre fédéral des sociétés qui n'a fourni aucun résultat pour Global IP Law Ltd (affidavit Xi, Pièce H) et une confirmation par téléphone par un représentant du service à la clientèle au Registre des entreprises de l'Ontario

qu'il (le représentant) ne pouvait pas trouver Global IP Law Ltd dans la base de données du Registre des entreprises de l'Ontario. Cependant, puisque les résultats de la recherche d'entreprises de l'Ontario sont des oui-dire, je ne leur accorde aucun poids considérant que l'Opposante n'a pas expliqué pourquoi il s'agit d'une preuve par oui-dire nécessaire et fiable. De plus, il n'y a rien dans la preuve pour suggérer que cette entité ne constitue pas une société.

[33] Concernant l'allégation que l'adresse associée à Global IP Law Ltd est simplement une [TRADUCTION] « adresse de bureau virtuelle », Mme Xi indique que l'adresse de Toronto, Ontario, indiquée dans la Demande correspond à une adresse virtuelle exploitée par Telsec, une entreprise qui offre des services d'acheminement du courrier. Inclus à titre de Pièce I est un imprimé sans date intitulé [TRADUCTION] « Solutions de bureaux virtuels des Centres commerciaux Telsec » qui décrit les solutions de bureaux virtuels, y compris le service de courrier et de téléphone. Cependant, cet imprimé est formé de preuves par oui-dire. Peu importe, l'adresse inscrite semble être une adresse complète. Selon ce qui précède, l'Opposante ne s'est pas acquittée de son fardeau initial et ce motif d'opposition est rejeté.

[34] L'Opposante a inclus, comme autre allégation, que la Demande et la correspondance connexe avec l'OPIC semblent avoir été produites par une entité connue sous le nom de Beijing Fu Tian International IP Agency Co., Ltd (Beijing FuTian) située à Beijing, en Chine, ce que l'on peut voir, selon les allégations de l'Opposante, en examinant le dossier complet de la Demande à l'OPIC (Pièce G, affidavit Xi). L'Opposante allègue que Beijing FuTian n'est pas un agent ou une société des marques de commerce autorisé par l'OPIC et donc, puisque la Demande n'a été produite ni par le Requérent original lui-même ni par un agent ou une société des marques de commerce autorisé, l'ensemble de la Demande est invalide.

[35] J'estime qu'une allégation que la Demande n'a pas été produite par une personne autorisée d'agir en contravention au *Règlement sur les marques de commerce* n'est pas un motif d'opposition approprié en vertu de l'article 30 de la Loi [voir par analogie *Effigi Inc c ZAM Urban Dynamics Inc*, 2010 COMC 214, au para 50, où le plaidoyer qu'une demande n'est pas conforme à l'article 30 de la Loi puisqu'elle avait été modifiée en contravention à l'article 31e) du *Règlement sur les marques de commerce* n'a pas été retenu comme un motif d'opposition approprié].

DÉCISION

[36] Compte tenu de ce qui précède, dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu de l'article 63(3) de la Loi, je rejette l'opposition conformément à l'article 38(12) de la Loi.

Jennifer Galeano
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.

**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 tenue

AGENTS AU DOSSIER

Yunwei (Edmund) Xie

Pour l'Opposante

Miltons IP/P.I.

Pour la Requérante