



Office de la propriété intellectuelle du Canada

LE REGISTRAIRE DES MARQUES DE COMMERCE

Référence : 2023 COMC 100

Date de la décision : 2023-06-14

[TRADUCTION CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

DANS L'AFFAIRE D'UNE OPPOSITION

Opposante : Mondo Foods Co. Ltd.

Requérante : Lidl Stiftung & Co. Kg.

Demande : 1,807,085 pour VEMONDO

APERÇU

[1] Mondo Foods Co Ltd (l'Opposante) s'oppose à l'enregistrement de la marque de commerce VEMONDO (la Marque), laquelle est l'objet de la demande d'enregistrement n° 1,807,085 (la Demande), au nom de Lidl Stiftung & Co Kg (la Requérante), pour l'emploi en liaison avec une longue liste de produits, y compris un large éventail de produits d'aliments et de breuvages, comme il est fourni en détail à l'annexe A de cette décision (collectivement, les Produits).

[2] La principale question dans cette procédure est de savoir si la Marque crée de la confusion avec une ou plusieurs des marques de commerce de l'Opposante énumérées

ci-dessous, comprenant sa famille présumée de marques de commerce MONDO (collectivement, les Marques de commerce de l'Opposante) :

Trade-mark	Reg. No./ Reg. Date	Used Since	Goods & Services
MONDO	TMA996083 May 17, 2018	(1) Jun. 2011 (2) 2010	(1) brewed coffee; meat products, namely fresh sausages (2) dry cured pizza pepperoni
MONDO	TMA766777 May 13, 2010	Aug. 1999	ice cream and gelato
	TMA490664 Mar. 2, 1998	1991	flour, wine grapes and canola oil sold at wholesale; importing, packaging and distributing foods and beverages.
MONDO	TMA452101 Dec. 22, 1995	(1) 1989 (2) 1981	(1) fruits juices, candies; (2) importing, packaging and distributing foods and beverages.
BEL' MONDO	TMA462081 Aug. 30, 1996	(1) Aug. 1987 (2): Jul. 10, 1996	(1) food products, canned and/or otherwise, namely, vegetables, namely, tomatoes and fruits, namely pineapples; olive oil; (2) anchovies and vegetable oils.
MONDO	TMA466497 Nov. 27, 1996	(1) Aug. 1981 (2) Mar. 1989 (3) Jul. 1991 (4) Dec. 1991 (5) Aug. 9, 1996	(1) food products, canned and/or otherwise, namely, fruits and vegetables, namely, tomatoes, tomato puree/sauce, tomato paste and olives; (2) vegetable oils, dried pasta and cheeses; (3) flour; (4) alcohol-based food flavourings/extracts; (5) olive oil, canned fruits.
BEL' MONDO	TMA318653 Sep. 19, 1986	Jul. 9, 1986	canned goods, namely tomatoes, tomato sauce, tomato paste, pineapple, olives, beans, and artichoke paste; vegetable oil and olive oil; fruit nectars and juices; and dried pasta.
MONDO	TMA317799 Aug. 29, 1986	(1) Aug. 1981 (2) Jun. 23, 1986	(1) canned goods, namely tomatoes, tomato sauce, tomato paste and olives; (2) canned beans, canned pineapple, canned artichoke paste, vegetable oil, olive oil, fruit nectars and juices, and dried pasta.

[3] Pour les raisons qui suivent, l'opposition est accueillie en partie.

LE DOSSIER

[4] La Demande a été déposée le 31 octobre 2016 et revendique la priorité d'une demande correspondante déposée le 16 juin 2016 avec l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle. La Demande a été annoncée aux fins d'opposition dans le *Journal des marques de commerce* le 9 septembre 2020.

[5] Le 2 novembre 2020, l'Opposante a produit une déclaration d'opposition en vertu de l'article 38 de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 (la Loi). Les motifs d'opposition soulevés par l'Opposante sont fondés sur la non-enregistrabilité de la Marque en vertu de l'article 12(1)d) de la Loi, l'absence du droit à l'enregistrement de la Requérante en vertu des articles 16(1)a) et 16(1)c) de la Loi et l'absence de caractère distinctif de la Marque en vertu de l'article 2 de la Loi. Chacun de ces motifs d'opposition repose sur la question de la probabilité de confusion entre la Marque et une ou plusieurs des Marques de commerce de l'Opposante ou le nom commercial Mondo Foods, lesquels ont été précédemment employés au Canada en liaison avec les produits et services visés par un enregistrement de l'Opposante, reproduits ci-dessus.

[6] Le 11 janvier 2021, la Requérante a produit et signifié une contre-déclaration réfutant les motifs d'opposition.

[7] Afin d'appuyer son opposition, l'Opposante a produit l'affidavit de son président, Tom De Nardi, exécuté le 5 août 2021 (l'Affidavit De Nardi). L'Affidavit De Nardi aborde la question de la promotion et de l'emploi des Marques de commerce de l'Opposante et du nom commercial Mondo Foods. M. De Nardi n'a pas été contre-interrogé au sujet de son affidavit.

[8] La Requérante a choisi de ne pas produire de preuve.

[9] Les deux parties ont produit des observations écrites. Seule l'Opposante était présente à l'audience.

FARDEAU DE PREUVE ET FARDEAU ULTIME

[10] L'Opposante a le fardeau de preuve initial de produire une preuve admissible suffisante pour permettre de conclure raisonnablement à l'existence des faits allégués à l'appui de chaque motif d'opposition. Une fois que l'Opposante s'est acquittée de ce fardeau de preuve initial, la Requérante doit s'acquitter du fardeau ultime d'établir, selon la prépondérance des probabilités, que les motifs d'opposition en question ne devraient pas faire obstacle à l'enregistrement de la Marque [*John Labatt Ltd c Molson*

Companies Ltd, 1990 CanLII 11059 (CF), 30 CPR (3d) 293 (CF 1^{re} inst); *Dion Neckwear Ltd c Christian Dior, SA et al*, 2002 CAF 29, 20 CPR (4th) 155].

ANALYSE

Motif fondé sur l'article 12(1)d) – Non-enregistrabilité de la Marque

[11] L'Opposante fait valoir que la Marque n'est pas enregistrable, car elle crée de la confusion avec chacune des Marques de commerce de l'Opposante. J'ai exercé le pouvoir discrétionnaire du registraire pour confirmer si toutes Marques de commerce de l'Opposante sont en règle à la date de cette décision, soit la date pertinente pour l'évaluation d'un motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) [*Park Avenue Furniture Corp c Wickers/Simmons Bedding Ltd* (1991), 37 CPR (3d) 413 (CAF)].

[12] Comme l'Opposante s'est acquittée de son fardeau de preuve, la Requérante doit établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a pas de probabilité raisonnable de confusion entre la Marque et l'une des Marques de commerce de l'Opposante.

[13] À cet égard, j'insiste sur le fait que les Marques de commerce de l'Opposante doivent être examinées individuellement, et non collectivement en tant que « famille de marques », aux fins de l'évaluation de la probabilité de confusion avec la Marque. Toutefois, comme il en sera discuté ci-dessous, la preuve de l'existence d'une famille de marques est une circonstance de l'espèce pertinente dans chaque affaire. Cela étant dit, et à moins d'indication du contraire, je concentrerai mon analyse sur la marque nominale MONDO de l'Opposante des enregistrements n° LMC996,083, LMC766,777, LMC466,497 et LMC317,799 (la Marque MONDO).

Test en matière de confusion

[14] Le test en matière de confusion est évalué comme une question de première impression dans l'esprit du consommateur ordinaire plutôt pressé à la vue de la marque du requérant, alors qu'il n'a qu'un vague souvenir de la marque de commerce de l'opposant et qu'il ne s'arrête pas pour réfléchir à la question en profondeur, pas plus que pour examiner de près les ressemblances et les différences entre les marques ou

les noms [*Veuve Clicquot Ponsardin c Boutiques Cliquot Ltée*, 2006 CSC 23, au para 20].

[15] Par conséquent, l'article 6(2) de la Loi ne concerne pas la confusion entre les marques de commerce elles-mêmes, mais la confusion portant à croire que les produits ou les services provenant d'une source proviennent d'une autre source. En l'espèce, la question est essentiellement de savoir si un consommateur, qui a un souvenir imparfait de l'un des enregistrements invoqués par l'Opposante, qui voit les Produits de la Requérante en liaison avec la Marque, penserait qu'ils sont vendus par l'Opposante ou autrement proviennent de cette dernière, ou qu'ils sont approuvés, autorisés ou appuyés par l'Opposante.

[16] Lorsqu'il applique le test en matière de confusion, le registraire doit tenir compte de toutes les circonstances de l'espèce, y compris celles énoncées à l'article 6(5) de la Loi, à savoir : a) le caractère distinctif inhérent des marques de commerce et la mesure dans laquelle elles sont devenues connues; b) la période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage; c) le genre de produits, services ou entreprises; d) la nature du commerce; et e) le degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent. Cette liste n'est pas exhaustive; tous les facteurs pertinents doivent être évalués et il n'est pas nécessaire de leur attribuer un poids égal [voir *Mattel, Inc c 3894207 Canada Inc*, 2006 CSC 22; *Veuve Clicquot*, précité; et *Masterpiece Inc c Alavida Lifestyles Inc*, 2011 CSC 27 pour une discussion approfondie sur les principes généraux qui gouvernent le test en matière de confusion].

[17] À cet égard, je note que dans ses observations écrites, la Requérante semble mélanger les facteurs du test en matière de confusion, ignorant ou omettant essentiellement d'évaluer certains de ces facteurs législatifs individuellement. Par exemple, la Requérante observe sous l'en-tête [TRADUCTION] « Période d'emploi de la [Marque] » que [TRADUCTION] « le simple caractère distinctif de sa [Marque] est suffisant pour la considérer comme enregistrable ». Plus particulièrement, la Requérante observe sous un tel facteur que la Marque [TRADUCTION] « est distinctive en raison des

éléments phonétiques et de sa présentation distincte et inventée » et que [TRADUCTION] « les autres facteurs de l'évaluation sont donc secondaires à la présente analyse et ne devraient pas faire l'objet d'une évaluation bien poussée ». À titre d'autre exemple, l'unique observation de la Requérante sous l'en-tête [TRADUCTION] « La nature du commerce » est qu'un tel facteur [TRADUCTION] « n'est pas déterminant en l'espèce puisque le caractère distinctif inhérent de [la Marque] est suffisant pour distinguer les Produits de la Requérante de ceux de l'Opposante ».

[18] Cela étant dit, dans *Masterpiece*, précité au paragraphe 49, la Cour suprême du Canada a discuté de l'importance du facteur de l'article 6(5)e) dans l'analyse de la probabilité de confusion entre les marques de commerce des parties conformément à l'article 6 de la Loi :

[...] le degré de ressemblance soit le facteur susceptible d'avoir le plus d'importance dans l'analyse relative à la confusion, et ce même s'il est mentionné en dernier lieu au par. 6(5) [...] si les marques ou les noms ne se ressemblent pas, il est peu probable que l'analyse amène à conclure à la probabilité de confusion même si les autres facteurs tendent fortement à indiquer le contraire. En effet, ces autres facteurs ne deviennent importants que si les marques sont jugées identiques ou très similaires [...] En conséquence, certains prétendent que, dans la plupart des cas, l'étude de la ressemblance devrait constituer le point de départ de l'analyse relative à la confusion.

[19] En l'espèce, je considère qu'il convient d'analyser d'abord le degré de ressemblance entre les marques de commerce des parties.

Degré de ressemblance entre les marques de commerce dans la présentation ou le son, ou dans les idées qu'elles suggèrent

[20] Lorsqu'on examine le degré de ressemblance entre les marques de commerce, on doit les considérer dans leur totalité; il n'est pas exact de les placer côte à côte et de comparer et d'observer des ressemblances ou des différences entre les éléments ou les composantes des marques de commerce [*Veuve Clicquot*, précité, au para 20].

[21] Dans *Masterpiece*, précité, au paragraphe 64, la Cour a également indiqué que, bien que dans certains cas, le premier mot ou la première syllabe d'une marque de commerce soit l'élément le plus important aux fins de la distinction, l'approche

préférable à l'examen de la ressemblance consiste à « se demander d'abord si l'un des aspects de celle-ci est particulièrement frappant ou unique ».

[22] En l'espèce, les parties adoptent des positions diamétralement opposées.

[23] L'Opposante observe dans ses observations écrites que la Marque est [TRADUCTION] « virtuellement identique » à la Marque Mondo, [TRADUCTION] « gardant à l'esprit que la [Marque] est composée du mot MONDO précédé par "VE" ».

L'Opposante observe que « VE » [TRADUCTION] « est un élément mineur puisqu'il est composé de seulement deux lettres et d'une seule syllabe » et que la Marque [TRADUCTION] « envoie le message clair que les Produits de la Requérante sont une version des produits d'aliments et de breuvages en liaison avec lesquels les [Marques de commerce de l'Opposante] ont été employées depuis plus de 40 ans ».

[24] En revanche, la Requérante observe dans ses observations écrites que [TRADUCTION] « de toute évidence, VEMONDO et MONDO peuvent facilement se distinguer par les premières lettres des marques ainsi que par leur prononciation ». La Requérante observe que [TRADUCTION] « le préfixe "VE" n'est pas de nature descriptive puisqu'il ne communique aucune signification dans les langues anglaise ou française » et que ce préfixe [TRADUCTION] « influence la structure de la [Marque] pour lui donner un son et une présentation distinctifs ». Plus particulièrement, la Requérante observe ce qui suit :

[TRADUCTION]

40. En l'espèce, VEMONDO, individuellement, est l'élément frappant de la [Marque]. Contrairement aux marques dans *Masterpiece*, la [Marque] n'est pas composée de plusieurs mots qui ont des degrés variables d'accentuation et de caractère distinctif. [...]

43. [...] le préfixe « VE », en lui-même, ne fait référence à rien en particulier et ne sert pas à attirer l'attention à l'élément MONDO. Il n'a également le son d'aucun mot dans les langues anglaise ou française. VEMONDO ne peut pas être lu séparément et divisé en des sections séparées. En fait, c'est le préfixe VE qui soulève ce caractère distinctif dans le mot inventé VEMONDO.

[25] J'estime que l'élément frappant de la Marque MONDO de l'Opposante, et en effet son seul élément, est MONDO, alors que l'aspect frappant de la Marque de la Requérante est le mot inventé VEMONDO.

[26] Puisque la Marque comporte la marque de commerce de l'Opposante dans son ensemble, j'estime qu'il y a degré important de ressemblance entre les marques de commerce des parties. Bien que le préfixe « VE » dans la Marque de la Requérante fournisse une présentation et un son différents, la Marque de la Requérante contient malgré tout la marque de commerce de l'Opposante entraînant une certaine ressemblance générale dans le son et la présentation. En ce qui a trait aux idées suggérées, je note que l'enregistrement de l'Opposante n° LMC996,083 indique que [traduction0 « Selon le requérant, la traduction anglaise du mot italien MONDO est WORLD » et que des extraits du site Web de l'Opposante pour 2016 joints à titre de Pièce 2 à l'Affidavit De Nardi (abordé ci-dessous sous le facteur de l'article 6(5)a)) comprend le texte d'introduction suivant sous l'en-tête [TRADUCTION] « Au sujet de Mondo Foods » : [TRADUCTION] Mondo Foods Co Ltd (*se traduisant littéralement par Aliments du Monde*) est un importateur et distributeur global de produits alimentaires canadiens et internationaux » [mon accentuation]. Cependant, il n'y a aucune preuve que cette signification serait nécessairement connue par le consommateur canadien moyen. Ainsi, j'estime que les marques de commerce des parties seraient plus probablement considérées comme un mot inventé n'ayant aucune signification évidente en liaison avec les produits respectifs des parties.

[27] Si, en revanche, le Canadien moyen associait le mot « mondo » avec « world » (soit en raison de sa signification en italien, soit en raison de sa ressemblance au mot français « monde »), je conclurais tout de même qu'il existe un degré de ressemblance important entre les marques de commerce des parties dans la présentation et le son. Cependant, en termes des idées suggérées, la signification accordée à la Marque de la Requérante ne serait toujours pas claire. À cet égard, on ne peut que spéculer si le préfixe « VE » serait perçu comme qualifiant le mot MONDO et l'idée suggérée [TRADUCTION] « monde ». Dit différemment, la Marque serait probablement considérée

comme un mot inventé et ne possédant donc aucune ressemblance dans les idées suggérées avec la Marque MONDO de l'Opposante.

[28] En résumé, j'estime qu'il existe un degré de ressemblance important entre les marques de commerce des parties, à tout le moins dans le son et la présentation.

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

[29] Les marques de commerce des deux parties possèdent un caractère distinctif inhérent puisqu'aucune des deux ne décrit un aspect des produits respectifs des parties.

[30] Le caractère distinctif d'une marque de commerce peut être renforcé en la faisant connaître par sa promotion ou son emploi.

[31] Rien n'indique que la Marque a été employée ou est devenue connue au Canada en liaison avec les Produits dans une certaine mesure.

[32] En revanche, la preuve d'emploi et de promotion des Marques de commerce de l'Opposante produite au moyen de l'Affidavit De Nardi établit un emploi plutôt répandu de la Marque MONDO, conformément à mon examen ci-dessous de cet affidavit.

Affidavit De Nardi

[33] À titre de remarque préliminaire, je note que M. De Nardi explique dans son affidavit que Mondo Foods Co Ltd (une société du Manitoba distincte de l'Opposante) était la propriétaire originale des Marques de commerce de l'Opposante (à l'exception de l'enregistrement n° LMC996,083) et qu'elle a changé son nom à De Nardi Properties Ltd (le Prédécesseur) le 31 août 2011). Il affirme que le Prédécesseur a ensuite transféré à l'Opposante [TRADUCTION] « tout droit, titre et intérêt relatifs aux [Marques de commerce de l'Opposante], ainsi que les marques de commerce de la common law sous-jacente et l'achalandage connexe » le 30 septembre 2011. Cette cession a été inscrite par le registraire le 25 février 2013 [para 5]. À des fins de clarification, toutes les références à l'Opposante dans ma décision engloberont le Prédécesseur.

[34] Également, étant donné que la preuve de l'emploi de ses autres marques de commerce déposées formées de MONDO sera pertinente en tant qu'autre circonstance de l'espèce, je résume ci-dessous les parties de l'Affidavit De Nardi que je considère comme les plus pertinentes en ce qui a trait à la mesure dans laquelle la Marque MONDO et les autres enregistrements de marques de commerce invoqués par l'Opposante constituent sa famille de marques MONDO présumée.

[35] M. De Nardi affirme que l'Opposante fait affaire depuis 1975, importante, et distribuant un large éventail de produits d'aliments et de breuvages, y compris du café, des grains de café, de l'expression, des grains d'expression, du cappuccino, du thé, du jus de raisin, des produits laitiers, des desserts, des pâtisseries, des breuvages, des noix, des collations, des confitures, des fruits, des légumes, du poisson, des soupes, des viandes, des huiles, des condiments, des pâtes, des produits marinés, du riz, des épices et du vin (les Produits) [para 3]. Il affirme que les Produits sont fabriqués par ou pour, et arborent leurs marques de commerce, i) des tiers fournisseurs d'aliments et de breuvages comme Agropur, Parmalat, H.G Heinz, Kraft Foods, Unilever (T.J. Lipton), Nestlé, Maple Leaf Foods, Saputo, dont les Produits l'Opposante achète de tels fournisseurs; ou ii) de l'Opposante ou d'une entreprise affiliée, dans la mesure que les Produits de Mondo Foods (tels que définis ci-dessous) sont concernés [para 3].

[36] M. De Nardi indique que, depuis au moins 1975, l'Opposante a employé les marques de commerce et les noms commerciaux MONDO et MONDO FOODS partout au Canada en liaison avec l'importation et la distribution d'aliments et de breuvages (les Services de Mondo Foods) et un large éventail de produits d'aliments et de breuvages de marque MONDO [para 6]. Plus particulièrement, il affirme que, depuis au moins aussi tôt que les dates établies dans le tableau reproduit ci-dessus au paragraphe 2 de ma décision, l'Opposante a employé les Marques de commerce de l'Opposante en liaison avec les produits correspondants visés par des enregistrements établis dans un tel tableau (les Produits de Mondo Foods) [para 7].

[37] Les utilisateurs finaux typiques des Services de Mondo Foods sont des magasins de détail d'aliments et de breuvages et des épiceries, des distributeurs

d'aliments et de breuvages et des restaurants (les Clients de Mondo Foods) [para 8]. Les utilisateurs finaux typiques des Produits de Mondo Foods comprennent i) les restaurants qui sont des Clients de Mondo Foods et ii) les résidents canadiens qui achètent des Produits Mondo foods dans les magasins de détail d'aliments et de breuvages et les épiceries qui sont des Clients de Mondo Foods [para 9].

[38] Les ventes au Canada des Produits de Mondo Foods par l'Opposante en liaison avec les Marques de commerce de l'Opposante varient de 1 million de dollars annuellement au cours de la période de 1990-1991 à 2015-2016 à plus de 2,5 millions de dollars annuellement pour la période d'avril 2016 à la date de son affidavit. M. De Nardi précise qu'approximativement 5 % de ces ventes étaient en liaison avec la marque de commerce BEL'MONDO alors qu'approximativement 95 % étaient en liaison avec la marque de commerce MONDO [para 11].

[39] Depuis 1990-1991, les ventes annuelles au Canada par l'Opposante des Services de Mondo Foods en liaison avec les Marques de commerce de l'Opposante (excluant BEL'MONDO) ont dépassé 10 millions de dollars. Depuis 2002-2003, de telles ventes annuelles ont dépassé 12 millions de dollars et depuis 2016-2017 elles ont dépassé 18 millions de dollars [para 12].

[40] Au cours de la promotion des Produits de Mondo Foods et des Services de Mondo Foods, les représentants de l'Opposante ont participé à plusieurs salons professionnels de l'industrie, et en ont organisé plusieurs, qui ont lieu dans diverses villes canadiennes, y compris Winnipeg, Vancouver et Calgary [para 14].

[41] Afin d'appuyer ses affirmations d'emploi et de promotion des Marques de commerce de l'Opposante et des noms commerciaux, M. De Nardi joint à son affidavit les pièces suivantes :

- Pièces 1 et 2 : des imprimés d'extraits du site Web de l'Opposante à *mondofoods.com* à la date de son affidavit et de 2016, respectivement. Après avoir examiné ces pièces, je note que les extraits arborent en évidence le nom commercial Mond Foods de l'Opposante ainsi que de légères variations de la

marque figurative de l'Opposante de l'enregistrement n° LMC490,664 (le Logo de l'Opposante). Je reproduis ci-dessous le Logo de l'Opposante avec en dessous ses légères variations :



- Pièce 4 : des factures représentatives à l'égard des Services de Mondo Foods et de certains Produits de Mondo Foods que l'Opposante a vendus au cours des années 1993 à 2021, inclusivement. M. De Nardi explique que chaque fois qu'une facture est émise à un client, accompagnant une expédition de l'Opposante, la facture est imprimée sur un papier présentant le nom, le logo et l'adresse de l'Opposante dans le haut, comme le démontrent la plupart des factures fournies à titre de pièces [para 10]. Après avoir examiné cette pièce, je note que les factures arborent en effet le nom commercial de l'Opposante et concerne à la fois les Produits de Mondo Foods décrits en tant que tels et les produits de tiers fournisseurs (p. ex., Heinz, Kraft, Saputo). Les factures remontant au début des années 1990 arborent le logo suivant (l'Ancien logo), alors que les factures subséquentes arborent en général le Logo de l'Opposante (ou de légères variations de celui-ci, telles que reproduites ci-dessus) :



- Pièce 5 : des échantillons représentatifs d'étiquettes fixées sur les Produits de Mondo Foods et sur les boîtes contenant des Produits de Mondo Foods lorsqu'ils sont expédiés aux Clients de Mondo Foods. Après avoir examiné cette pièce, je note que la grande majorité des étiquettes et des boîtes arborent en évidence la marque MONDO. Bon nombre des spécimens d'étiquettes et de boîtes arborent également le Logo de l'Opposante ou la marque de commerce BEL'MONDO (ou des versions stylisées de ceux-ci) et le nom commercial de l'Opposante.
- Pièces 6 et 7A à 7E : des exemples représentatifs de dépliants et de listes de prix. M. De Nardi explique que l'Opposante distribue à ses clients ainsi qu'à ses clients potentiels, y compris à des salons professionnels, un large éventail de dépliants et de listes de prix concernant les Services de Mondo Foods et les Produits de Mondo Foods. Il précise qu'approximativement 1 000 copies de chacun des dépliants fournis à titre de pièce ont été distribuées au Canada aux dates, ou dans leurs environs, précisées sur de tels dépliants et que plusieurs milliers de copies de chacune des listes de prix fournies à titre de pièce ont été distribuées. Après avoir examiné ces pièces, je note que les dépliants et les listes de prix remontant au début des années 1990 arborent l'Ancien logo de l'Opposante, alors que ceux de dates subséquentes arborent en général le Logo de l'Opposante ou son nom commercial.
- Pièce 8 : un échantillonnage d'articles de journaux et de magazines qui discutent de l'entreprise de l'Opposante et de sa présidente originale Maria De Nardi. Après avoir examiné cette pièce, je note que la grande majorité des articles concernent l'historique de l'Opposante (également appelée Mondo Foods) et la façon dont elle a évolué d'une petite boutique de fromages spécialisés et

d'épicerie fine dans l'Ouest de Winnipeg pour devenir l'un des plus grands distributeurs de fromages spécialisés et importateurs d'aliments internationaux indépendants de l'Ouest canadien.

Conclusion concernant le premier facteur

[42] avec tout ce qui précède, y compris les ventes annuelles de l'Opposante pour les Produits de Mondo Foods fournies pour les 30 dernières années, j'estime qu'il est raisonnable de conclure que, en liaison avec la plupart, voire tous, des produits visés par un enregistrement de l'Opposante, la Marque MONDO est devenue connue dans une mesure importante au Canada, particulièrement dans l'Ouest canadien où la majorité des ventes de l'Opposante illustrées à la Pièce 4 ont été réalisées. J'aborderai l'étendue démontrée à laquelle les autres enregistrements invoqués de l'Opposante sont devenus connus en liaison avec les Produits et Services de Mondo Foods au moment d'évaluer les autres circonstances de l'espèce.

[43] L'évaluation globale du facteur de l'article 6(5)a), qui est une combinaison de caractère distinctif inhérent et acquis, favorise donc l'Opposante.

Période pendant laquelle les marques de commerce ont été en usage

[44] Comme l'a noté la Cour d'appel fédérale « [par] rapport à une marque qui fait son apparition, une marque qui est employée depuis longtemps est présumée avoir fait une certaine impression à laquelle il faut accorder un certain poids » [*United Artists Pictures Inc c Pink Panther Beauty Corp*, [1998] 3 CF 534].

[45] Puisqu'il n'y a aucune preuve d'emploi de la Marque au Canada et que l'Affidavit De Nardi établit un emploi constant de la Marque MONDO en liaison avec la plupart, voire tous, des produits visés par un enregistrement depuis les dates de premier emploi revendiquées par l'Opposante, ce facteur favorise également l'Opposante.

Genre des produits, services ou entreprises, et nature du commerce

[46] Pour évaluer le genre des produits, services ou entreprise et la nature du commerce, je dois comparer l'état déclaratif des produits et services de la Requérante avec l'état déclaratif des produits et services figurant dans les enregistrements invoqués

par l'Opposante [*Henkel Kommanditgesellschaft auf Aktien c Super Dragon Import Export Inc* (1986), 12 CPR (3d) 110 (CAF); et *Mr Submarine Ltd c Amandista Investments Ltd*, 1987 CanLII 8953, 19 CPR (3d) 3 (CAF)].

[47] Dans ses observations écrites, l'Opposante fait valoir ce qui suit :

[TRADUCTION]

31. Les [enregistrements des Marques de commerce de l'Opposante] couvrent un large éventail de produits d'aliments et de breuvages, y compris du café, des jus de fruits, des nectars de fruits, de la farine, des raisins pour vins, de l'huile de canola, de l'huile d'olive, des bonbons, des tomates, des olives, des lentilles, de la pâte d'artichaut, des fruits, des anchois, du fromage à pâte, des aromatisants alimentaires, des extraits alimentaires et de la crème glacée. L'Opposante a démontré la vente de bon nombre de ces produits d'aliments en liaison avec les [Marques de commerce de l'Opposante].

32. L'Opposante a également démontré la distribution antérieure en liaison avec la marque de commerce MONDO FOODS (les versions nominales et figuratives) d'un large éventail de produits d'aliments et de breuvages de tiers correspondant aux catégories : de café et thé, de breuvages, de produits laitiers, de poisson, d'aliments surgelés, de sauce et soupes, de viandes, de confitures, de collations, d'huiles et de condiments, de pâtes, de produits marinés, de riz, farine et semoule, de sauces et pâtes, d'épices, de tartinades, de légumes et de produits au four.

33. Par conséquent, les acheteurs typiques des Services de l'Opposante sont devenus habitués à associer les [Marques de commerce de l'Opposante] (excluant BEL'MONDO) avec pratiquement toutes les catégories de produits d'aliments et de breuvages.

34. Le large éventail de produits d'aliments et de breuvages à l'égard desquels les Services de l'Opposante ont été fournis n'est pas la seule raison pour laquelle l'univers pertinent croirait probablement que l'Opposante est la source d'un produit d'aliment ou de breuvage vendu en liaison avec une marque de commerce composée de MONDO (y compris la Marque de la Requérante). En plus de maintenant associer les [Marques de commerce de l'Opposante] avec les Services de l'Opposante, la catégorie pertinente de consommateurs est consciente que les [Marques de commerce de l'Opposante] sont également employées comme noms commerciaux pour les Produits de l'Opposante.

35. Dans la mesure que les [enregistrements de Marques de commerce de l'Opposante] pour la marque MONDO ne limitent pas les voies de commercialisation par lesquelles les Produits et Services de l'Opposante peuvent être vendus et fournis, l'Opposante est libre de la faire comme bon lui semble. Dans le même ordre d'idées, la Demande ne limite pas les voies de commercialisation de la Requérante. Par conséquent, il faut supposer que les voies de commercialisation des parties se chevauchent.

[48] Pour sa part la Requérante observe ce qui suit :

[TRADUCTION]

28. [...] malgré l'allégation que les Produits de la Requérante [...] chevauchent les Produits de l'Opposante [...], la preuve soumise dans l'Affidavit De Nardi à la Pièce 4 ne démontre aucun chevauchement à l'égard des classes 5, 20 et 1 décrites dans la Demande. Pour les autres classes, certains des produits sont couverts dans l'enregistrement adverse, mais il n'y a aucune preuve véritable d'emploi.

29. Le fait est que la Demande couvre un large éventail de produits qui ne sont d'aucune façon associés, même de manière éloignée, à ceux couverts par les marques de commerce de l'Opposante et encore moins à ceux pour lesquels il y a une indication d'emploi au Canada.

30. En l'absence de toute explication quant au chevauchement présumé, la preuve soumise par l'Opposante n'appuie donc pas [sa] revendication généralisée et l'analyse actuelle ne devrait pas accorder un poids excessif à ce facteur.

[49] Je suis d'accord avec la Requérante que les produits suivants correspondant à la CI 5 ne chevauchent pas les produits et services visés par un enregistrement de l'Opposante :

[...] préparations médicales et vétérinaires, notamment alcool médicinal [...], préparations médicamenteuses pour le bain à usage thérapeutique, préparations de diagnostic pour laboratoires médicaux et à usage vétérinaire, gouttes pour les yeux, trousse de premiers soins, suppléments alimentaires pour animaux, lubrifiants à usage personnel, pansements médicaux [...]; préparations et articles dentaires, notamment matériaux pour empreintes dentaires, matériau pour la réparation des dents ainsi que pour les couronnes et les ponts dentaires, préparations médicamenteuses pour le soin et le traitement de la bouche, notamment bains de bouche médicamenteux et dentifrices; produits et articles hygiéniques, notamment désinfectants tout usage à usage hygiénique, désodorisant d'air, savons antibactériens et savons médicamenteux pour le traitement du psoriasis et de la rosacée; astringents à usage médical, produits hygiéniques à usage médical, notamment préparations pour nettoyer la peau à usage médical [...]

[50] De plus, aucun des produits et services de l'Opposante mentionnés dans l'Affidavit De Nardi ne semble être associé, directement ou indirectement, à ces types particuliers de produits, lesquels sont essentiellement des produits pharmaceutiques et d'autres préparations à usage médical ou vétérinaire. Comme il est établi dans les extraits de site Web fournis à titre de pièces de l'Opposante [Pièces 1 et 2], les catégories de produits offerts par l'Opposante sont essentiellement décrites comme suit : [TRADUCTION] « Chocolat, biscuits, pâtisseries »; [TRADUCTION] « Café, breuvages,

sirops »; [TRADUCTION] « Fromages, laits, produits laitiers »; [TRADUCTION] « Farine, semoule, levure »; [TRADUCTION] « Viande, volaille, charcuteries »; [TRADUCTION] « Noix, collations, pâte de noix »; [TRADUCTION] « Huile d'olive, vinaigres, condiments »; [TRADUCTION] « Olives, légumes marinés, câpres »; [TRADUCTION] « Pâtes, riz, légumes »; [TRADUCTION] « Conserves, fruits séchés, miel »; [TRADUCTION] « Fruits de mer, anchois, sardines »; [TRADUCTION] « Soupes, sauces »; [TRADUCTION] « Épices, sels, poivres »; [TRADUCTION] « Produits frais et en conserve »; et [TRADUCTION] « Contenants, mouchoirs, feuilles, pellicules ». À cet égard, bien que je reconnaisse que les listes de prix fournies à titre de pièce de l'Opposante [Pièce 7] indiquent que l'Opposante offre également des [TRADUCTION] « produits de cuisine et de nettoyage », j'estime que ces produits semblent être différents des préparations et des articles hygiéniques visés par la demande de la Requérante, sans mentionner que les observations écrites et orales de l'Opposante, comme le témoignage écrit de M. De Nardi, se sont concentrées seulement sur les produits d'aliments et de breuvages de l'Opposante.

[51] Sauf pour les produits décrits par [TRADUCTION] « fruits frais, noix fraîches, légumes frais et herbes fraîches » et [TRADUCTION] « malt pour le brassage et la distillation ainsi que céréales non transformées », je suis également d'accord avec la Requérante que les produits visés par la demande sous la CI 31 ne chevauchent pas les produits et services visés par les enregistrements de l'Opposante. De plus, aucun des produits et services de l'Opposante mentionnés dans l'Affidavit De Nardi ne semble être associé, directement ou indirectement, à ces autres produits visés par la demande, lesquels sont essentiellement des produits bruts agricoles, horticoles et de foresterie plutôt que des produits d'aliments pour la consommation humaine comme tel.

[52] Cependant, j'estime que tous les produits visés par la demande restants de la Requérante (les Produits restants) chevauchent à divers degrés les produits ou services visés par les enregistrements de l'Opposante pour les raisons suivantes.

[53] Comme il est indiqué ci-dessus, les enregistrements pour la Marque MONDO couvrent un large éventail de produits d'aliments et de breuvages, y compris le café, les

nectars et les jus de fruits, les produits laitiers, les viandes, les huiles, les pâtes, les produits marinés et les confiseries, lesquels soit sont identiques à certains des Produits restants, soit les chevauchent directement. Je note également que deux des autres enregistrements de marques de commerce invoqués par l'Opposante couvrent également les services de [TRADUCTION] « importation, emballage et distribution d'aliments et de breuvages », ce qui à première vue engloberait l'importation, l'emballage et la distribution de l'ensemble des Produits restants. Comme question factuelle, l'Affidavit De Nardi illustre que l'Opposante offre un large éventail de produits d'aliments et de breuvages, soit ses propres produits de marque MONDO, soit par la distribution de produits de tiers. Bon nombre des Produits restants sont soit identiques, soit presque identiques aux produits d'aliments offerts par l'Opposante. À cet égard, et en commentant plus particulièrement sur l'observation de la Requérante concernant ses produits visés par la demande décrits par [TRADUCTION] « rayons de miel » sous la CI 20, je note que les extraits du site Web fournis à titre de pièce de l'Opposante et les listes de prix comprennent le [TRADUCTION] « miel » de tiers (p. ex. [TRADUCTION] « Miel blanc Bee Maid », [TRADUCTION] « Miel liquide Kraft » et [TRADUCTION] « Miel baratté Kraft »). En l'absence de preuves du contraire, j'estime qu'il y a à tout le moins un certain chevauchement entre ces produits de miel de tiers offerts par l'Opposante et les rayons de miel de la Requérante. Je reviendrai sur les autres enregistrements de marques de commerce invoqués par l'Opposante au moment d'évaluer les autres circonstances de l'espèce.

[54] Enfin, la Requérante n'a pas limité l'état déclaratif des Produits à une quelconque voie de commercialisation en particulier et, en l'absence de preuves du contraire, j'estime que les voies de commercialisation des parties peuvent également potentiellement se chevaucher dans la mesure que les Produits restants de la Requérante sont concernés.

Autres circonstances de l'espèce

Emploi général de MONDO dans l'entreprise de l'Opposante

[55] Conformément à mon examen ci-dessus de l'Affidavit De Nardi, le nom d'entreprise de l'Opposante, Mondo Foods Co Ltd (ou le nom commercial Mondo

Foods) figure sur presque l'ensemble du matériel fourni à titre de preuve. Le même commentaire s'applique aux logos d'entreprise de l'Opposante (c.-à-d. le Logo de l'Opposante et, avant le milieu des années 1990, l'Ancien logo). Compte tenu des chiffres de ventes annuelles très importants fournis pour les services de l'Opposante en liaison avec les Marques de commerce de l'Opposante (excluant BEL'MONDO), et puisque l'élément dominant et distinctif de chacun du nom d'entreprise, du nom commercial et des Marques de commerce (excluant BEL'MONDO) de l'Opposant est le mot MONDO, j'estime que la mesure dans laquelle MONDO est devenu connu en liaison avec l'entreprise de l'Opposante d'importer et de distribuer des produits d'aliments et de breuvages doit également faire l'objet de considérations en tant qu'autres circonstances de l'espèce favorisant l'Opposante dans le cadre du présent motif d'opposition.

Famille de marques

[56] En tant que circonstance de l'espèce à l'égard de la question de confusion, dans ses observations écrites, l'Opposante a invoqué sa famille de marques de commerce MONDO. L'Opposante a observé que, puisqu'elle a démontré l'existence d'une famille de marques, les Marques de commerce de l'Opposante avaient droit à une plus grande portée de protection et que ce facteur permettait à accroître davantage la probabilité de confusion.

[57] En réponse, la Requérante a fait valoir dans ses observations écrites ce qui suit :

[TRADUCTION]

52. [...] Cependant, l'Opposante ne reconnaît pas le dénominateur commun dans chacune des [Marques de commerce de l'Opposante]. En fait, chacune partage une identité très particulière puisqu'elles mettent toutes l'accent sur l'élément MONDO, lequel n'est jamais combiné à un autre préfixe ou suffixe. Même BEL'MONDO, lequel est séparé en deux sections, met l'accent sur l'élément MONDO de la même façon que NUMONDO dans [*Mondo Foods Co Ltd c Saverio Coppola*, 2011 COMC 228]. En effet, « BEL » est un adjectif français et par conséquent il contribue à caractériser l'élément MONDO. Il faut également noter que l'expression italienne BEL MONDO se traduit également par [TRADUCTION] « Monde magnifique ».

53. Pour cette raison, la Requérante estime que VEMONDO ne partage pas le dénominateur commun revendiqué par l'Opposante à l'égard des [Marques de

commerce de l'Opposante] puisque VEMONDO possède un caractère distinctif inhérent et est facile à distinguer en raison de sa phonétique, de sa structure et de sa présentation différentes.

[58] Lors de l'audience, abordant les observations de la Requêteurante, l'Opposante a observé que je n'ai pas à aborder cette autre circonstance de l'espèce afin de trancher en faveur de l'Opposante. Je suis d'accord avec l'Opposante. J'ajouterai à cet égard que même si je devais accepter que l'Opposante avait établi l'existence d'une famille de marques de commerce formée de MONDO, cela ne changerait pas le résultat ultime de ma décision.

Conclusion quant à la probabilité de confusion

[59] Comme il est indiqué ci-dessus, la Requêteurante a le fardeau ultime d'établir, selon la prépondérance des probabilités, qu'il n'y a aucune probabilité raisonnable de confusion quant à la source des produits ou services des parties. En raison du fardeau qui incombe à la Requêteurante, si, après avoir évalué l'ensemble de la preuve, l'on ne peut en venir à une conclusion déterminante, la question doit être tranchée à l'encontre de la Requêteurante [voir *John Labatt*, précité].

[60] Compte tenu de tout ce qui précède, j'estime que, dans le meilleur des cas pour la Requêteurante, la prépondérance des probabilités quant à la probabilité de confusion entre la Marque et la Marque MONDO de l'Opposante est en parfait équilibre dans la mesure que les Produits restants de la Requêteurante sont concernés. Particulièrement, je ne suis pas convaincue que les différences existant entre les marques de commerce des parties sont déterminantes en elles-mêmes et suffisantes pour l'emporter sur les facteurs favorisant l'Opposante. En effet, je ne suis pas convaincue que la Requêteurante ait suffisamment fait la distinction entre sa Marque et la marque MONDO bien établie de l'Opposante de manière faire pencher de façon concluant la prépondérance des probabilités en sa faveur compte tenu de l'emploi répandu et de longue date par l'Opposante de sa marque MONDO en liaison avec les Produits et Services de Mondo Foods, de l'importante réputation que la marque MONDO et l'entreprise de l'Opposante ont acquise et du fait que les Produits restants de la Requêteurante et leurs voies de commercialisation correspondent potentiellement celles des Produits et

Services de Mondo Foods. Puisque la Requêteurante n'a pas démontré, selon la prépondérance des probabilités, qu'un consommateur ordinaire qui voit la marque en liaison avec les Produits restants de la Requêteurante et qui n'a qu'un souvenir imparfait de la Marque MONDO de l'Opposante ne conclurait pas, sous l'angle de la première impression, que ces produits particuliers sont vendus par l'Opposante ou autrement proviennent de celle-ci, ou qu'elles les approuve, autorise ou appuie, le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) est accueilli à l'égard de ces produits. Il est autrement rejeté avec les produits visés par la demande suivants de la Requêteurante correspondant aux CI 5 et 31 principalement en raison des plus grandes différences dans le genre de ces produits et les produits et services de l'Opposante :

CI 5 (1) Préparations médicales et vétérinaires, notamment alcool médicinal, préparations médicamenteuses pour le bain à usage thérapeutique, préparations de diagnostic pour laboratoires médicaux et à usage vétérinaire, gouttes pour les yeux, trousse de premiers soins, suppléments alimentaires pour animaux, lubrifiants à usage personnel, pansements médicaux; préparations et articles dentaires, notamment matériaux pour empreintes dentaires, matériau pour la réparation des dents ainsi que pour les couronnes et les ponts dentaires, préparations médicamenteuses pour le soin et le traitement de la bouche, notamment bains de bouche médicamenteux et dentifrices; produits et articles hygiéniques, notamment désinfectants tout usage à usage hygiénique, désodorisant d'air, savons antibactériens et savons médicamenteux pour le traitement du psoriasis et de la rosacée; astringents à usage médical, produits hygiéniques à usage médical, notamment préparations pour nettoyer la peau à usage médical.

CI [31] (5) Semences agricoles et aquacoles, produits d'horticulture et de foresterie, notamment graines de fleurs, graines de fruits, semences potagères, semences de gazon, paillis, arbres vivants, buissons vivants, arbrisseaux, graines et bulbes à planter.

[61] En effet, je suis convaincue que la Requêteurante s'est acquittée de son fardeau ultime de démontrer qu'il n'y a aucune probabilité raisonnable de confusion entre la Marque en liaison avec ces produits en particulier visés par la demande et les Produits et Services de Mondo Foods, puisque ces produits semblent être plutôt spécialisés et différer grandement des produits d'aliments et de breuvages de l'Opposante et il n'y a aucune indication que de tels produits visés par la demande chevauchent le genre de l'entreprise de l'Opposante.

[62] Par conséquent, le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) est accueilli en partie et est rejeté en partie.

[63] Puisque l'opposition de l'Opposante est partiellement accueillie avec sa Marque MONDO, il est inutile d'évaluer les autres enregistrements de marques de commerce invoqués dans le cadre de ce motif, puisque j'estime que l'Opposante n'obtiendrait pas un résultat plus favorable avec l'une de ces autres marques de commerce.

Autres motifs d'opposition

[64] Puisque le motif d'opposition fondé sur l'article 12(1)d) de l'Opposante est déjà partiellement accueilli, et puisque j'estime qu'un tel motif d'opposition représente le meilleur argument de l'Opposante, je n'estime pas qu'il soit nécessaire d'aborder les autres motifs d'opposition. En effet, si j'avais décidé que l'Opposante s'était acquittée de son fardeau de preuve sous chacun de ces motifs, elle n'aurait pas obtenu un résultat plus favorable avec l'un de ces motifs d'opposition subséquents.

DÉCISION

[65] Dans l'exercice des pouvoirs qui m'ont été délégués en vertu des dispositions de l'article 63(3) de la Loi, et conformément aux dispositions de l'article 38(12) de la Loi, je rejette l'opposition à l'égard des produits suivants :

CI [5] (1) Préparations médicales et vétérinaires, nommément alcool médicinal, préparations médicamenteuses pour le bain à usage thérapeutique, préparations de diagnostic pour laboratoires médicaux et à usage vétérinaire, gouttes pour les yeux, trousse de premiers soins, suppléments alimentaires pour animaux, lubrifiants à usage personnel, pansements médicaux; préparations et articles dentaires, nommément matériaux pour empreintes dentaires, matériau pour la réparation des dents ainsi que pour les couronnes et les ponts dentaires, préparations médicamenteuses pour le soin et le traitement de la bouche, nommément bains de bouche médicamenteux et dentifrices; produits et articles hygiéniques, nommément désinfectants tout usage à usage hygiénique, désodorisant d'air, savons antibactériens et savons médicamenteux pour le traitement du psoriasis et de la rosacée; astringents à usage médical, produits hygiéniques à usage médical, nommément préparations pour nettoyer la peau à usage médical.

CI [31] (5) Semences agricoles et aquacoles, produits d'horticulture et de foresterie, nommément graines de fleurs, graines de fruits, semences potagères, semences de gazon, paillis, arbres vivants, buissons vivants, arbrisseaux, graines et bulbes à planter.

et je rejette la Demande à l'égard de tous les produits restants.

Annie Robitaille

Membre

Commission des oppositions des marques de commerce

Office de la propriété intellectuelle du Canada

Traduction certifiée conforme

William Desroches

Le français est conforme aux WCAG.

ANNEXE A

Les Produits, comme énumérés dans la Demande pour la Marque, accompagnés des classes de Nice (CI) connexes

[TRADUCTION]

CI [5] (1) Suppléments alimentaires et aliments diététiques à usage médical, nommément suppléments alimentaires composés d'acides aminés et d'oligo-éléments; préparations médicales et vétérinaires, nommément alcool médicinal, boissons médicinales, huiles médicinales, plantes médicinales et tisane médicinale pour le traitement de la nausée, des maux de tête et de l'insomnie, préparations médicamenteuses pour le bain à usage thérapeutique, préparations de diagnostic pour laboratoires médicaux et à usage vétérinaire, gouttes pour les yeux, trousse de premiers soins, suppléments alimentaires pour animaux, lubrifiants à usage personnel, pansements médicaux, suppléments alimentaires, nommément suppléments vitaminiques et minéraux, aliments et boissons diététiques à usage médical, nommément boissons à base de jus de fruits pour diabétiques à usage médical; préparations et articles dentaires, nommément matériaux pour empreintes dentaires, matériau pour la réparation des dents ainsi que pour les couronnes et les ponts dentaires, préparations médicamenteuses pour le soin et le traitement de la bouche, nommément bains de bouche médicamenteux et dentifrices; produits et articles hygiéniques, nommément désinfectants tout usage à usage hygiénique, désodorisant d'air, savons antibactériens et savons médicamenteux pour le traitement du psoriasis et de la rosacée; astringents à usage médical, produits hygiéniques à usage médical, nommément préparations pour nettoyer la peau à usage médical; produits pharmaceutiques et remèdes naturels, nommément suppléments alimentaires, en l'occurrence pilules antioxydantes, anorexigènes, médicaments pour le soulagement de la douleur, capsules amaigrissantes; aliments pour bébés; boissons diététiques pour bébés à usage médical, nommément préparation pour nourrissons; substances diététiques pour bébés, nommément aliments pour nourrissons; préparation pour nourrissons; boissons pour nourrissons, à savoir nourriture pour nourrissons; tisanes médicinales pour favoriser la digestion et le sommeil.

CI [20](2) Rayons de miel.

CI [29] (3) Poisson, produits de la mer et mollusques; viandes; produits laitiers et succédanés de produits laitiers, nommément crème artificielle, fromage cru sans produits laitiers à base de noix de cajou fermentées, succédanés de lait, colorants à café sans produits laitiers, lait de soya; fruits, champignons et légumes transformés (y compris les noix et les légumineuses), nommément fruits confits, fruits et légumes séchés, mélanges de fruits séchés, salades de fruits et de légumes, compotes de fruits et champignons noirs comestibles séchés; œufs d'oiseaux, nommément œufs de poule et œufs de caille; produits d'œuf,

nommément œufs en poudre, blancs d'œuf, jaunes d'œuf, œufs farcis, salades aux œufs; huiles et graisses alimentaires; mets préemballés composés principalement de produits de la mer; salades antipasti; barres-collations biologiques à base de noix et de graines; bouillon [soupe]; cubes de bouillon; desserts à base de produits laitiers, nommément de yogourt; trempettes pour grignotines; ragoûts précuits; plats préparés à base de viande [composés principalement de viande]; plats préparés à base de volaille [composés principalement de volaille]; plats préparés composés principalement d'œufs; plats préparés composés principalement de poulet; plats préparés composés principalement de bacon; plats préparés composés principalement de produits de la mer; plats préparés composés principalement de gibier; soupe instantanée; poisson dans de l'huile d'olive; fond de poisson; craquelins au poisson; galettes de poisson; gelées de poisson; croquettes de poisson; galettes de pâte de poisson cuites à la vapeur ou grillées (kamaboko); saucisses de poisson; bouillon de bœuf; concentrés de bouillon; boulettes de viande; plats préparés à la viande; desserts aux fruits, nommément compotes de fruits, salades de fruits, garnitures aux fruits pour tartes, garniture aux fruits; grignotines à base de fruits; salade de poulet; plats principaux congelés préemballés composés principalement de produits de la mer; plats réfrigérés à base de poisson; beignets de pomme de terre; grignotines à base de légumes; bouillon de légumes; croustilles de légumes; noix grillées salées; plats préparés congelés composés principalement de légumes; croquettes de poulet; fond de poulet; boules de poulet; salades de légumineuses; grignotines à base de soya; ragoût instantané; soupe miso instantanée; desserts au yogourt; croustilles; flocons de pomme de terre; gnocchis à base de pomme de terre; quenelles de pomme de terre; crêpes de pomme de terre; beignets de pomme de terre; pommes de terre en purée; salade de pommes de terre; grignotines à la pomme de terre, nommément croustilles, croustilles de pomme de terre, bâtonnets de pomme de terre; consommés; mincemeat à base de fruits; cigares au chou farcis; soupes; croquettes; charqui de bœuf; lait en poudre à usage alimentaire; préparations pour faire de la soupe; fruits enrobés de sucre sur bâtonnets, nommément fruits confits; grignotines à base de noix; barres alimentaires à base de noix; noix grillées épicées; noix grillées préparées; olives fourrées de féta dans l'huile de tournesol; olives fourrées de piments rouges; olives fourrées de piments rouges et d'amandes; olives farcies d'amandes; olives fourrées de pesto dans l'huile de tournesol; omelettes; pollen préparé comme produit alimentaire, nommément pollen d'abeilles transformé à usage alimentaire; frites; rhubarbe dans du sirop; ragoût de bœuf; pommes de terre rissolées; châtaignes grillées; noix grillées; grignotines à base de viande; grignotines à base de tofu; grignotines à base de légumes; grignotines à base de légumineuses; grignotines à base de pomme de terre, nommément croustilles, bâtonnets de pomme de terre; grignotines à base de noix; croustilles de soja; galettes de hamburger au soya; couenne de porc soufflée; extraits de viande pour soupes; soupes concentrées; pâtes pour soupes; cubes de soupe; hors-d'œuvre congelés composés principalement de poulet; hors-d'œuvre congelés composés principalement de produits de la mer; tofu; galettes de hamburger au tofu; galettes de hamburger; saucisses

végétariennes; jus de palourdes; noisettes préparées; escargots préparés; soya [préparé], nommément huile de soya à usage alimentaire, soya en conserve à usage alimentaire; nids d'hirondelle comestibles; saucisses en pâte; croustilles de yucca; tzatziki; salades préparées; préparations pour faire du bouillon; rondelles d'oignon; garnitures pour tartes, garnitures à la crème au beurre pour gâteaux; grignotines à base de fécule de pomme de terre, nommément croustilles; grignotines à base de farine de soya, nommément croustilles de soya.

CI [30] (4) Produits de boulangerie-pâtisserie, nommément muffins, gâteaux, pain, tartelettes, tartes; confiseries, nommément confiseries aux amandes, confiseries au chocolat, confiseries à base de fruits, confiseries aux arachides, confiseries au sucre; chocolat et desserts, nommément desserts glacés, mousses-desserts, crème-dessert, pâtisseries; glace, crème glacée, yogourts glacés et sorbets; café, thés et cacao ainsi que succédanés connexes; sels comestibles, assaisonnements, aromatisants alimentaires et condiments, nommément ketchup, relish, moutarde, mayonnaise, chutney, algues, ail haché fin, gingembre mariné, mayonnaise, condiments à base de cacao, nommément tartinades au cacao et assaisonnements pour aliments et boissons; sucres, édulcorants naturels, enrobages et de garnitures sucrés, nommément garniture au chocolat, glaçage à gâteau, garnitures à base de chocolat pour gâteaux et tartes, enrobages de confiseur, en l'occurrence enrobages de laque en écailles comestibles pour aliments, nommément glaçage à gâteau, glaçage de pâtisserie; produits d'abeille, nommément miel, propolis; céréales transformées, fécule et amidon, ainsi que produits faits de ces ingrédients, nommément amidon alimentaire, sirop de maïs à usage alimentaire, farine de fécule de maïs, farine d'amidon de riz, friandises à base de fécule; préparations de pâtisserie, nommément levure chimique, bicarbonate de soude, préparations pour pâtes à cuisson, nommément préparation à crêpes, préparations à gâteaux et levures; beignets d'ananas; pain doré; grignotines, en l'occurrence produits de céréales, nommément barres à base de céréales; grignotines à base de maïs, nommément flocons de maïs; grignotines à base de musli, nommément barres à base de musli; feuilletés contenant du jambon; bretzels; brioches; brioches à la confiture de haricots; sandwichs à la saucisse de Francfort, nommément hot-dogs; burritos; calzones; chimichangas; dumplings chinois à la vapeur (shumais cuits); croustilles à base de céréales; chow mein [plats à base de nouilles]; craquelins à base de céréales préparées; craquelins aromatisés à la viande; craquelins aromatisés aux légumes; craquelins aromatisés aux herbes; craquelins à saveur de fromage; craquelins aromatisés aux épices; crêpes; tartes aux œufs; empanadas; enchiladas; barres alimentaires prêtes à manger à base de chocolat; fajitas; pâtisseries composés de légumes et de poisson; plats préparés à base de riz; plats préparés sous forme de pizzas; plats préparés contenant principalement des pâtes alimentaires; pâtés contenant de la viande; tartes fraîches; pizza fraîche; saucisses en brioche fraîches; galettes de riz sauté [topokki]; rouleaux impériaux; craquelins aux crevettes; maïs frit; pizzas réfrigérées; pâtisseries congelées fourrées de viande; pâte congelée fourrée de légumes; baguettes farcies, sandwichs; pâtes alimentaires farcies; dumplings chinois fourrés (gyozas cuits); petits pains fourrés; tartes aux légumes;

craquelins au riz en forme de pastille (arare); mets à base de riz; plats composés principalement de pâtes alimentaires; grains de maïs rôtis; sandwichs grillés; sandwichs grillés au fromage; sandwichs grillés au fromage avec jambon; croustilles [produits de céréales], nommément croustilles de maïs, croustilles tacos, croustilles de maïs; grignotines à base de céréales; gimbap [plat de riz coréen]; tartes au mincemeat; crêpes; hamburgers cuits dans un petit pain; saucisse chaude et ketchup dans des petits pains coupés; gâteaux de millet; hot-dogs; grignotines à base de farine de céréale, nommément barres à base de céréales; grignotines à base de riz; grignotines à base de maïs; grignotines à base de céréales à saveur de fromage; maïs éclaté enrobé de caramel avec noix confites; dumplings aux crevettes; pizzas conservées; soupe à base de pâtes alimentaires de style coréen [sujebi]; crêpes au kimchi (kimchijeon); gâteaux de riz collant (chapssaltteok); nouilles sautées aux légumes (japchae); tortillons au fromage [grignotines], nommément bouchées gonflées au fromage; macaroni au fromage; bouillie de citrouille (hobak-juk); lasagnes; croustilles de maïs aromatisées aux algues; maïs grillé, nommément flocons de maïs; croustilles de maïs; croustilles de maïs aromatisées aux légumes; salade au macaroni; maïs à éclater pour fours à micro-ondes; sandwichs contenant des filets de poisson; sandwichs contenant de la viande; craquelins fourrés au fromage; crêpes de haricots mungo (bindaetteok); nachos; plats cuisinés contenant des pâtes alimentaires; pâtes alimentaires en conserve; salade de pâtes alimentaires; plats de pâtes alimentaires; pâtes aux légumes et à la viande; pâtes aux légumes et à la volaille; tartes; pâtés contenant du poisson; pâtés contenant de la volaille; pâtés contenant des légumes; pâtés contenant du gibier; riz sauté; crêpes; produits alimentaires salés préparés à base de fécule de pomme de terre; pâtisseries salées; pâte à pizza; bases à pizza, nommément sauce à pizza; plats préparés (pizza); pizzas [préparées]; maïs éclaté enduit de bonbon; tourtières; boules au fromage soufflées [grignotines au maïs]; maïs éclaté; quésadillas; quiches; raviolis; croquants au riz; mets préparés à base de riz; dumplings au riz; craquelins au riz; galettes de riz; biscuits de riz; salade de riz; grignotines à base de riz; risotto; tartelettes salées; sandwichs; pâtés au porc; grignotines au sésame; grignotines à base de blé; grignotines à base de fécule de céréales, nommément barres à base de céréales; grignotines à base de farine de maïs, nommément flocons de maïs; grignotines à base de farine de biscotte, nommément biscottes; grignotines à base de blé entier; grignotines de maïs soufflé à saveur de fromage; spaghettis et boulettes de viande; spaghettis à la sauce tomate en conserve; grignotines à base de blé extrudé, nommément grignotines à base de blé; crumble, nommément garnitures de céréales; sushis; taboulé; croustilles tacos; tacos; tamales; pizzas congelées; pâte congelée farcie de viande et de légumes; grignotines de tortillas; croustilles de maïs; tortillas; plats prêts à servir solides et liquides, composés principalement de riz; plats prêts à servir solides et liquides constitués principalement de pâtes alimentaires; pizzas non cuites; repas en boîte composés de riz, avec de la viande, du poisson ou des légumes; hot-dogs (préparés); grignotines salées prêtes à manger à base de semoule de maïs formées par extrusion, nommément flocons de maïs; croûtes à pizza précuites; plats composés principalement de riz; grignotines

faites principalement de pain, nommément gressins et chapelure; repas préemballés composés principalement de riz et comprenant aussi de la viande, du poisson ou des légumes; grignotines composées principalement de céréales extrudées; plats préparés composés principalement de riz; croustilles de wonton; bretzels tendres; craquelins de blé entier, nommément croustilles de maïs au blé entier; pâtés à la viande de volaille et de gibier; saucisses en brioche; produits alimentaires cuisinés, à savoir sauces, nommément sauce barbecue, sauce au fromage, sauce chili, sauce épicée, sauce pour pâtes alimentaires, sauce à pizza, sauces à salade; plats préparés à base de pâtes alimentaires; biscuits aux oignons; crèmes-desserts à base de produits laitiers; yogourt glacé, crème glacée.

CI [31] (5) Semences agricoles et aquacoles, produits d'horticulture et de foresterie, nommément graines de fleurs, graines de fruits, semences potagères, semences de gazon, paillis, arbres vivants, buissons vivants, arbrisseaux, graines et bulbes à planter; fruits frais, noix fraîches, légumes frais et herbes fraîches; malt pour le brassage et la distillation ainsi que céréales non transformées.

CI [32] (6) Produits de bière et produits brassés, nommément cocktails à base de bière; boissons non alcoolisées, nommément boissons gazeuses, boissons énergisantes, jus de fruits, boissons fouettées, boissons au jus de fruits, boissons gazeuses, en l'occurrence sodas, bière de malt, boissons gazeuses non alcoolisées, boissons aux fruits, boissons à base d'eau, nommément eau minérale aromatisée, eau gazéifiée; préparations pour faire des boissons, nommément sirops, poudres et concentrés pour faire des boissons gazeuses et des boissons aux fruits non alcoolisées; préparations pour faire des boissons alcoolisées, nommément sirops, poudres et concentrés pour faire des boissons aux fruits alcoolisées.

CI [33] (7) Boissons alcoolisées (sauf la bière), nommément vin, boissons à base de vin, boissons alcoolisées aux fruits, panachés alcoolisés; extraits de fruits alcoolisés pour faire des boissons aux fruits alcoolisées; essences alcoolisées, nommément liqueurs; extraits de café alcoolisés.

Comparutions et agents inscrits au dossier

DATE DE L'AUDIENCE : 2023-02-16

COMPARUTIONS

Pour l'Opposante : Steven H. Leach

Pour la Requérante : Aucune comparution

AGENTS AU DOSSIER

Pour l'Opposant : Ridout & Maybee LLP

Pour la Requérante : Robic