

Cour fédérale



Federal Court

**Date : 20140627**

**Dossier : T-1031-13**

**Référence : 2014 CF 632**

[TRADUCTION FRANÇAISE CERTIFIÉE, NON RÉVISÉE]

**Ottawa (Ontario), le 27 juin 2014**

**En présence de monsieur le juge O'Reilly**

**ENTRE :**

**MICRO FOCUS (IP) LIMITED**

**demanderesse**

**et**

**INFORMATION BUILDERS, INC.**

**défenderesse**

**JUGEMENT ET MOTIFS**

**I. Aperçu**

[1] Micro Focus (IP) Limited interjette appel de la décision par laquelle la Commission des oppositions des marques de commerce (la Commission) a rejeté sa demande d'enregistrement de la marque de commerce MICRO FOCUS en liaison avec des logiciels et des services connexes.

La Commission a conclu qu'il existait une probabilité raisonnable de confusion entre la marque

de Micro Focus et la marque FOCUS de la défenderesse et elle a par conséquent rejeté la demande d'enregistrement de Micro Focus.

[2] Micro Focus soutient que la Commission a commis une erreur en rejetant sa demande. Elle a présenté une nouvelle preuve démontrant que son emploi de la marque MICRO FOCUS ne créerait pas de confusion et elle soutient que la décision de la Commission devrait être annulée.

[3] La preuve dont je dispose précise que Micro Focus a employé fréquemment sa marque depuis à tout le moins 1989. Cette preuve aurait eu une incidence déterminante sur la conclusion de la Commission en ce qui a trait à la confusion. Il s'ensuit que je dois examiner la question de nouveau. Je conclus, en me fondant sur la nouvelle preuve, qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion entre la marque MICRO FOCUS de l'appelante et la marque FOCUS de la défenderesse et je dois donc accueillir le présent appel. La défenderesse n'a pas présenté d'arguments par écrit et elle n'a pas comparu lors de l'audition de l'appel.

[4] La seule question que je dois trancher est celle de savoir s'il existe une probabilité raisonnable de confusion entre la marque MICRO FOCUS de l'appelante et la marque FOCUS de la défenderesse.

II. La nouvelle preuve donne-t-elle à penser que la confusion entre les marques des parties est improbable?

[5] Je dois tout d'abord me pencher sur la question de savoir si la nouvelle preuve aurait eu un effet déterminant sur la décision de la Commission. Selon moi, cette preuve démontre que Micro Focus avait employé continuellement et fréquemment sa marque depuis au moins 1989. La marque MICRO FOCUS a acquis un caractère distinctif ainsi qu'une réputation au Canada, au moyen de la promotion et la publicité. De plus, il n'y a eu aucune confusion réelle entre la marque de Micro Focus et la marque FOCUS de la défenderesse. Cette preuve aurait manifestement eu un effet déterminant sur la conclusion de la Commission selon laquelle il y avait une probabilité raisonnable de confusion entre les marques.

[6] Il s'ensuit que je dois trancher la question de la confusion en me fondant sur toute la preuve dont je dispose. Je traite ci-dessous des facteurs et des éléments de preuve pertinents.

A. *Le caractère distinctif inhérent*

[7] Au moins 26 marques de commerce utilisent le mot « Focus » en liaison avec des logiciels et des services connexes. Cela démontre que le mot « Focus » n'a pas un caractère distinctif inhérent dans ce domaine et aussi que les consommateurs sont habitués de vérifier la présence d'autres indices pour effectuer une distinction entre les produits et les sociétés. Ce facteur favorise Micro Focus.

B. *La période pendant laquelle la marque a été en usage et la mesure dans laquelle elle est connue du public*

[8] Micro Focus a employé sa marque pendant presque 25 ans et elle a réalisé des millions de dollars de ventes par année. Elle a fait la promotion de sa marque dans les médias écrits et électroniques au Canada, ainsi que sur d'autres supports médiatiques que peuvent consulter les Canadiens. En outre, aucune preuve ne démontre que la défenderesse a employé sa marque de commerce après 2007. Ce facteur favorise lui aussi Micro Focus.

C. *Les marchandises, les services et les voies de commercialisation sont différents*

[9] Les parties exploitent leurs entreprises dans des sphères différentes. Leurs logiciels sont différents et ne visent pas les mêmes consommateurs. Micro Focus vise surtout les programmeurs, les gestionnaires et les professionnels des TI de grandes sociétés. Les produits de la défenderesse visent les gens qui ne sont pas programmeurs et leur permettent d'écrire des rapports et d'avoir accès aux données à partir de divers systèmes. Il existe un certain chevauchement; toutefois, comme il a été mentionné ci-dessus, les consommateurs ont l'habitude d'effectuer une distinction entre différents logiciels comportant le mot « Focus ». Ce facteur joue en faveur de Micro Focus.

D. *La confusion réelle*

[10] Je ne dispose d'aucun élément de preuve démontrant que des consommateurs ont réellement été confondus à propos de la provenance des marchandises et services respectifs des parties. La défenderesse a, dans les faits, admis une telle chose dans une entente de coexistence

conclue entre les parties en 2000. Cet aveu est important quant à la question de la confusion (*Dell Computer Corp c Latitude Communications Inc*, 2003 CFPI 629), au paragraphe 5. Par conséquent, ce facteur favorise lui aussi Micro Focus.

[11] Puisque tous les facteurs susmentionnés donnent à penser qu'il n'existe aucune probabilité raisonnable de confusion entre les marques de commerce des parties, étant donné l'emploi fréquent de la marque par Micro Focus, y compris dans la période précédant tout emploi de la marque de la défenderesse. Il s'ensuit que je conclus que Micro Focus s'est déchargée de son fardeau de démontrer que sa marque MICRO FOCUS ne créerait probablement pas de confusion avec la marque de la défenderesse. Les conclusions de la Commission selon lesquelles les motifs d'opposition de la défenderesse fondés sur les alinéas 12(1)d) et 16(2)a) de la *Loi sur les marques de commerce*, LRC 1985, c T-13 étaient bien fondés sont donc annulées.

### III. Conclusion et décision

[12] Micro Focus a présenté une nouvelle preuve qui aurait eu un effet déterminant sur la conclusion de la Commission selon laquelle sa marque MICRO FOCUS créerait de la confusion avec la marque FOCUS de la défenderesse. Cette preuve me convainc que la confusion serait improbable. Par conséquent, je dois accueillir le présent appel, avec dépens, et ordonner que Micro Focus ait la permission d'enregistrer sa marque MICRO FOCUS.

**JUGEMENT**

**LA COUR STATUE que :**

1. L'appel est accueilli, avec dépens.
2. Micro Focus (IP) Limited peut enregistrer sa marque MICRO FOCUS en liaison avec les marchandises et services énumérés dans sa demande.

« James W. O'Reilly »

---

Juge

Traduction certifiée conforme  
Maxime Deslippes, LL.B., B.A. Trad.

**COUR FÉDÉRALE**

**AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER**

**DOSSIER :** T-1031-13

**INTITULÉ :** MICRO FOCUS (IP) LIMITED c INFORMATION BUILDERS, INC.

**LIEU DE L'AUDIENCE :** TORONTO (ONTARIO)

**DATE DE L'AUDIENCE :** LE 19 FÉVRIER 2014

**JUGEMENT ET MOTIFS :** LE JUGE O'REILLY

**DATE DES MOTIFS ET DU JUGEMENT :** LE 27 JUIN 2014

**COMPARUTIONS :**

Christopher Pibus  
James Green  
s.o.

POUR LA DEMANDERESSE

POUR LA DÉFENDERESSE

**SOLICITORS OF RECORD:**

Gowling Lafleur Henderson, s.r.l.  
Avocats  
Toronto (Ontario)  
s.o.

POUR LA DEMANDERESSE

POUR LA DÉFENDERESSE