

# QUESTION MARKS

Nieuwsbrief

NOVEMBER 2008

## EEN NIEUW ELAN

## VERTROUWDE INFORMATIE IN EEN NIEUW JASJE.



U had het waarschijnlijk al gemerkt: deze Question Marks zit in een iets ander jasje. Een verandering waarmee we met gepaste trots uitpakken, want de stijlwijziging kadert in het samengaan van The Thomson Corporation met Reuters. Onder de krachtige naam Thomson Reuters gaat namelijk een wereldmerk schuil, een combinatie van twee grote spelers die voortaan expertise en resources delen om uit te groeien tot dé toonaangevende informatiebron voor ondernemingen en professionals. Ik vertel u in een uitgebreid interview alles over deze veelbelovende samenvoeging én over de positieve gevolgen voor onze klanten.

In deze Question Marks leest u meer over onze vernieuwde Watch E-Services en hoe u tijd bespaart door online te bewaken. We komen bovendien graag terug op ons BRIC-aanbod, het totaalpakket voor screening, clearance en bewaking voor Brazilië, Rusland, India en China. Onze focus rust daarbij op Brazilië, dat na een moeizame periode economisch heropleeft en ondertussen is uitgegroeid tot een land dat tal van mogelijkheden biedt voor merkeneigenaars.

Verder legt Jacqueline Verwerft, Third Parties Product Manager, uit hoe haar afdeling uw merken wereldwijd onderzoekt. En hoe ze orde schept in een chaos van oosterse dialecten en tal van lokale wetgevingen.

Ik wens u veel leesplezier.

Jan Broeckx, Managing Director



Jan Broeckx, Managing Director

### **LEES ZEKER:**

**Waarom het online  
bewaken u tijd bespaart.**

pagina 4

**Brazilië, land van vele  
mogelijkheden.**

pagina 8

**Maak kennis met  
Thomson Reuters.**

pagina 10



# INHOUD

Nieuws uit het Verenigd Koninkrijk .....	2
SAEGIS™ update.....	3
Bespaar tijd met online bewaking .....	4
Van Abu Dhabi tot Zimbabwe.....	6
Brazilië, land van vele mogelijkheden .....	8
IP-knipsels.....	9
Maak kennis met: Thomson Reuters.....	10
Quiz.....	12

## COLOFON

### Question Marks

Question Marks is de nieuwsbrief van Thomson CompuMark, gericht aan onze klanten en business partners, en verschijnt drie keer per jaar. U vindt deze nieuwsbrief ook terug op onze website.

### UITGEVER

Thomson CompuMark  
Sint-Pietersvliet 7  
2000 Antwerpen, België  
Tel + 32 3 220 72 11  
Fax + 32 3 220 73 90  
compumark.thomson.com

### HOOFDREDACTIE

Tine Van Beirendonck

### UW REACTIES

Wij stellen uw reacties ten zeerste op prijs. Stuur uw ideeën, suggesties en commentaar naar [compumark.questionmarks@thomsonreuters.com](mailto:compumark.questionmarks@thomsonreuters.com). U kunt ook zelf een gastartikel schrijven.

### PRIVACY

Zijn uw gegevens niet correct of wenst u niet langer informatie van ons te ontvangen?

Stuur dan een brief naar Thomson CompuMark Sint-Pietersvliet 7 2000 Antwerpen, België of een e-mail naar [compumark.database.be@thomsonreuters.com](mailto:compumark.database.be@thomsonreuters.com).

Onze volledige privacyverklaring vindt u op [compumark.thomson.com/emea/privacy](http://compumark.thomson.com/emea/privacy).

Copyright © 2008  
Thomson CompuMark

## NIEUWS UIT HET VERENIGD KONINKRIJK

### TRADE MARK RULES 2008 VAN KRACHT

Vanaf 1 oktober 2008 zijn in het Verenigd Koninkrijk de Trade Mark Rules 2008 van kracht. In het nieuwe systeem wordt de oppositieperiode teruggebracht van 3 maanden naar 2 maanden. Deze periode kan, mits aanvraag, wel gratis met één maand worden verlengd. Deze wijziging versnelt de registratie van de meeste merkaanvragen dus met één maand.

Nieuw is ook dat de informatie over wijzigingen niet langer gepubliceerd wordt in het TradeMark Journal, maar dat ze beschikbaar is op de website van het UK Intellectual Property Office.

### DE 'COMPANY NAMES ADJUDICATOR'

Dankzij de nieuwe 'Venootschapsnamen Adjudicator 2007' hebben merkeigenaars vanaf 1 oktober 2008 voor het eerst de mogelijkheid om in het Verenigd Koninkrijk oppositie aan te tekenen tegen nieuw geregistreerde venootschapsnamen.

Sectie 69 van de Companies Act geeft elke persoon het recht bezwaar aan te tekenen tegen een registratie van een venootschapsnaam die identiek of gelijkaardig is en die voor verwarring kan zorgen. Merkeigenaars moeten dus niet langer een gerechtelijk bevel hebben om stappen te ondernemen omwille van merkinbreuk. In de plaats daarvan moeten zij bij het UK Intellectual Property Office klacht indienen. De 'Company Names Adjudicator' beslist dan of het gebruik van de venootschapsnaam al dan niet een verband tussen het bedrijf en de merkeigenaar suggereert.

Thomson CompuMark lanceerde onlangs het product 'venootschapsnaambewaking voor het Verenigd Koninkrijk'. Met deze bewaking wordt u onmiddellijk op de hoogte gebracht wanneer een conflicterende venootschapsnaam geregistreerd wordt. Op die manier kunt u snel actie ondernemen tegen merkinbreuken en vermijdt u hoge kosten voor gerechtsvoering.

Wilt u meer weten over de venootschapsnaambewaking van Thomson CompuMark? Contacteer dan onze Customer Services.

# SAEGIS™ UPDATE

## SAEGIS UITGEBREID MET BRAZILIË

Voortaan is ook Brazilië beschikbaar op SAEGIS. Deze nieuwe, unieke databank bevat alle actieve merken met logo én alle inactieve merken van de laatste 3 jaren. Naast relevante informatie is ook een Engelse vertaling van de goederen en diensten beschikbaar. De Braziliaanse databank bevat ongeveer 1 100 000 gepubliceerde merken.



Wilt u uw onderneming uitbreiden naar deze markt of wilt u meer informatie over de online screening op SAEGIS? Contacteer dan onze Customer Services.

## OFFICIËLE PUBLICATIES BESCHIKBAAR OP SAEGIS

Op SAEGIS kunt u Full Texts nu uitbreiden met de officiële merkenpublicatie. Met alle informatie van de originele publicatie krijgt u meer inzicht in de bedoelingen van de merkeigenaar bij het deponeren. Deze publicaties vereenvoudigen ook de administratieve stappen waarbij u deze officiële documenten nodig heeft.

De officiële publicaties zijn beschikbaar in:

**Custom Search en AutoScreen:** de publicaties worden aangeboden voor de meeste landen. Deze gratis strategische merkeninformatie krijgt u door in uw Algemene Instellingen de functie 'voeg de publicatie toe aan mijn full texts' te kiezen.

**ISS:** ISS onderzoeksresultaten bieden links naar de officiële publicatie van de meeste merken waarvoor geen Full Text beschikbaar is.

<b>Last Full Publication</b>	12-OCT-1998	
<b>In Journal</b>	CTMB 77 Page 249	
<b>Priority</b>	<b>Country:</b> US (UNITED STATES OF AMERICA)	
	<b>Date:</b> 07-MAR-1997	
	<b>Number:</b> 75253710	
<b>History</b>	<b>PUBLICATION OF APPLICATION</b>	
	CTMB Volume 77 Page 249 Dated 12-OCT-1998	
	<b>NOTIFICATION OF REGISTRATION</b>	
	CTMB Volume 92 Page 469 Dated 22-NOV-1999	
	<b>NOTICE OF RENEWAL</b>	
	CTMB Volume 22 Dated 04-JUN-2007	
	Registered: 15-APR-2007	
	<b>TOTAL TRANSFER</b>	
	CTMB Volume 39 Dated 06-AUG-2007	
	Registered: 17-APR-2007	
<b>Publication Copy</b>	210 900918106	<b>EN - 9 - Computer &amp;</b>
	220 15/04/1997	<b>field of intellectual</b>
	442 12/10/1999	<b>property on microfilm</b>
		<b>EN - 16 - Publication</b>
		<b>national reports, an</b>
		<b>lectual property</b>
		<b>EN - 25 - Document</b>
		<b>ing intellectual propo</b>
		<b>EN - 41 - Education,</b>
		<b>ation and training in</b>
		<b>EN - 42 - Providing</b>
		<b>lectual property info</b>
	541 SAEGIS	
	791 T&T Licensing Corporation	
	2 Mill Road	
	Wilmington, Delaware 19807	
	US	

De officiële publicaties zijn nu beschikbaar in Custom Search, AutoScreen en ISS op SAEGIS.



## WAAROM HET ONLINE BEWAKEN U TIJD BESPAART

Thomson CompuMark biedt u sinds 1997 online tools om het verwerken van bewakingen te vergemakkelijken. Deze jarenlange ervaring leerde ons dat het bewaken van merken veel meer omvat dan enkel het evalueren van bewakingsberichten. Dit is slechts het topje van de ijsberg. Wanneer u uw bewakingsproces evalueert, houdt u best rekening met alle aspecten van het proces. Els Denissen, Senior Product Manager Bewakingen, legt door middel van een theoretisch model uit welke tijdsbesparing online werken voor de verschillende processen binnen uw bedrijf kan betekenen.

### HET DOORLOPEN VAN BEWAKINGSBERICHTEN (25% VAN DE TIJD)

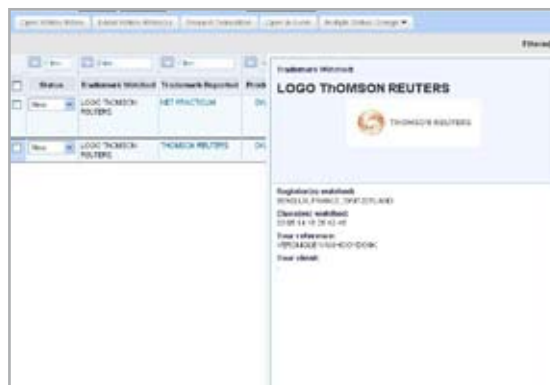
Els Denissen: "Het doorlopen van bewakingsberichten is een tijdrovende bezigheid. Sommige klanten vinden dat het overlopen van de berichten sneller gaat op papier dan in een online omgeving. Andere klanten zien een aantal belangrijke voordelen in een online omgeving: het toekennen van statuscodes die ook meteen zichtbaar zijn voor collega's, de mogelijkheid om te sorteren en filteren. We gaan er in dit model van uit dat het overlopen van bewakingsberichten inderdaad 15% sneller gaat op papier dan online."

### SAMENWERKEN MET COLLEGA'S (25% VAN DE TIJD)

Els Denissen: "Vaak zijn er meerdere mensen in een bedrijf betrokken bij het bewakingsproces. De eerste selectie gebeurt bijvoorbeeld door een andere persoon dan de uiteindelijke selectie van de mogelijke conflicten. Dit is in vele gevallen een manueel proces. Door online samen te werken, kunt u onmiddellijk de commentaar van andere gebruikers lezen en er de relevante informatie uit filteren. U geniet van een enorm gebruiksgemak en van een tijdsbesparing van zo'n 20 tot 40%."



Els Denissen, Senior Product Manager Bewakingen



In een online omgeving heeft u de mogelijkheid om te sorteren en filteren.

**COMMUNICATIE MET UW KLANTEN (25% VAN DE TIJD)**

Els Denissen: "Klanten verwachten steeds vaker snelle en overzichtelijke elektronische rapporten van potentiële conflicten. Sommige kantoren zijn dus verplicht om de relevante informatie op de papieren bewakingsberichten manueel om te zetten naar digitale gegevens. Bij het online bewaken heeft u de mogelijkheid om een standaard template te creëren en te exporteren naar Excel. We gaan hier ook uit van een efficiëntieverhoging van 20 tot 40%."

**ADMINISTRATIE EN ARCHIVERING (25% VAN DE TIJD)**

Els Denissen: "Door het online bewaken worden de kosten voor het beheer van de bewakingsportefeuille en andere administratieve taken beperkt. De gearchiveerde bewakingsberichten zijn bijvoorbeeld steeds online beschikbaar zonder dat er fysieke archiveringsruimte nodig is. Wanneer een wijziging of nieuwe bewaking gewenst is, gebeurt dit bovendien online zonder manueel werk. Deze administratieve mogelijkheden en de gemakkelijke archivering leveren u een tijdsbesparing van 20 tot 40% op."

**TOTALE TIJDSBESPARING**

Els Denissen: "Nu we de verschillende taken overlopen hebben, kunnen we in ons model berekenen hoeveel tijd u met het online verwerken van uw bewakingsberichten kunt besparen. Of anders gezegd: hoeveel extra tijd u kunt besteden aan de kerntaken van uw business. Zoals u ziet in de cijfervoorbeelden, is de gerealiseerde tijdsbesparing afhankelijk van de grootte van uw bewakingsportefeuille. In een bedrijf met een beperkte bewakingsportefeuille kunt u wekelijks bijna 2 uur besparen door online te bewaken. Maandelijks betekent dit al gauw 8 uur. In een bedrijf met een uitgebreidere bewakingsportefeuille kan de tijdsbesparing oplopen tot 5,5 uur per week, of zo'n 22 uur per maand."

Met de nieuwe Watch E-Services van Thomson CompuMark wordt online bewaken gemakkelijker dan ooit. De nieuwe versie helpt u bij het opzetten van een systematisch bewakingsproces en het detecteren van mogelijke conflicten. Hierdoor bespaart u tijd en verhoogt u uw productiviteit.

Deze nieuwe versie is ook de eerste stap richting SERION™, onze nieuwe geïntegreerde online omgeving. SERION zal al de functies bevatten die u nodig heeft om wereldwijde screenings, onderzoeken en bewakingen uit te voeren, te analyseren en te rapporteren.

Kom meer te weten over SERION en haar mogelijkheden op [www.serioninfo.com](http://www.serioninfo.com).

Benadering voor een bedrijf waarin gemiddeld **10u** per week aan het bewaken van merken wordt gespandeerd.

	% van totale tijd	Impact online	Aantal uur per week PAPIER	Aantal uur per week ONLINE
Verwerken van bewakingsberichten	25%	+15%	2u 30 min	2u50 min
Samenwerken met collega's	25%	-30%	2u 30 min	1u45 min
Communiceren met klanten	25%	-30%	2u 30 min	1u45 min
Administratieve taken en archivering	25%	-30%	2u 30 min	1u45 min
<b>Totaal</b>			<b>10u</b>	<b>8u05 min</b>
Tijdsbesparing / week				+/-2 u
Tijdsbesparing / maand				+/-8u

Benadering voor een bedrijf waarin gemiddeld **30u** per week aan het bewaken van merken wordt gespandeerd.

	% van totale tijd	Impact online	Aantal uur per week PAPIER	Aantal uur per week ONLINE
Verwerken van bewakingsberichten	25%	+15%	7u30 min	8u40 min
Samenwerken met collega's	25%	-30%	7u30 min	5u15 min
Communiceren met klanten	25%	-30%	7u30 min	5u15 min
Administratieve taken en archivering	25%	-30%	7u30 min	5u15 min
<b>Totaal</b>			<b>30u</b>	<b>24u25 min</b>
Tijdsbesparing / week				+/-5u30min
Tijdsbesparing / maand				+/-22u

**BEREKEN ZELF UW TIJDSWINST**

De cijfers in deze voorbeelden zijn afgeleid uit praktijkgevallen die wij door de jaren heen verzameld hebben. U kunt deze **oefening** natuurlijk **specifiek voor uw bedrijf** doen om te bepalen welke efficiëntieverhoging een online tool voor uw bedrijf betekent, via de tool op [compumark.thomson.com](http://compumark.thomson.com). Of neem hiervoor contact op met onze Customer Services.



## VAN ABU DHABI TOT ZIMBABWE

### UW MERKEN WERELDWIJD ONDERZOCHT.

U wilt een merk lanceren in Angola? In Cambodja, Dominica, Haïti, Jemen of het Verenigd Koninkrijk? Dan kan de wereldwijde onderzoeksservice van Thomson CompuMark u onschatbare diensten bewijzen. Naast haar klassieke werkterrein bouwde Thomson CompuMark een uitgebreid netwerk op van zo'n 250 zorgvuldig geselecteerde partners in ruim 200 landen. Daarnaast staat in haar kantoor in Antwerpen een team specialisten voor u klaar. Zij waken over de kwaliteit van uw onderzoeksrapporten en zoeken een antwoord op al uw vragen hierover.

#### VLOT DE KLIPPEN OMZEILEN

"Vrijwel alle contacten lopen vlot", zegt Jacqueline Verwerf, Third Parties Product Manager. "We passen ons aan elk land aan, met zijn cultuur, wetgeving en technische mogelijkheden". De te omzeilen klippen zijn divers, zo blijkt. "E-mail is ons communicatiemiddel voor courant contact, maar voor landen waar elektriciteit en internetverbinding niet continu gegarandeerd zijn, hebben we speciale aandacht. Dankzij ons netwerk kunnen we steeds terugvallen op partners in buurlanden. Ook wanneer nieuwe landen ontstaan in de schoot van een ander land, of als oorlog en natuurgeweld een regio tijdelijk onbereikbaar maken, blijven we dankzij ons netwerk dichtbij."

#### STEEKKAARTEN

Wereldwijd behoudt het Third Parties team het overzicht dankzij de Thomson CompuMark ISS-databank, een merkenschat van alle merken die sinds 1976 waar ook ter wereld gepubliceerd werden. De informatie in de rapporten wordt vergeleken met de informatie uit onze databank en aangevuld. Hoe de leemtes ontstaan?

"In sommige jurisdicties geven overheden slechts beperkte merkeninformatie vrij of zijn de merkenbestanden niet voor het publiek toegankelijk", verduidelijkt Jacqueline Verwerf. "Dan hebben merkenagenten de onderzoeken niet zelf in handen en staan ze niet garant voor de onderzoekskwaliteit die onze klant verwacht."

Daarenboven doet hier en daar de steekkaartenbak nog dienst. Jacqueline Verwerf: "Wanneer een steekkaart ontbreekt omdat zij op dat moment door iemand anders wordt gebruikt, raakt de kaart al eens zoek en wordt zij tijdelijk onbeschikbaar. Via onze ISS-databank vinden we het tekort en kunnen we onze klant de meest complete informatie bieden. Ook voor onze internationale partners kunnen deze kwaliteitscontroles een hulp zijn.

De feedback op hun onderzoeksresultaten helpt hen de eigen dienstverlening te verbeteren en op hun beurt het nationale merkenkantoor te stimuleren tot een bredere,



Jacqueline Verwerf,  
Third Parties Product Manager

"Wij zijn steeds op zoek naar uitbreidingsmogelijkheden om een zo compleet mogelijke service te garanderen. Zo is Thomson CompuMark uw aanspreekpunt bij uitstek voor alle mogelijke merkeninformatie in alle landen van de wereld."

internationalere aanpak." Tot haar tevredenheid ziet Jacqueline Verwerft overheden en privébedrijven meer en meer overstappen van manuele naar elektronische systemen.

#### NEVEL VAN TAAL EN JURISPRUDENTIE

In haar onderzoeksrapporten wil Thomson CompuMark haar klanten een overzicht bieden van alle identieke en gelijkaardige merken, als basis voor een correct legaal advies. "We vertrekken van de merken die door de lokale merkenspecialisten gerapporteerd worden. Doorheen de nevel van taal en lokale jurisprudentie, vinden zij trefzeker de te rapporteren merken", vertelt Jacqueline Verwerft. "Indien dat toch niet tot optimale resultaten zou leiden, sturen we bij." Als voorbeeld noemt ze de Europese naam BRUNO MAGIARI, waarbij niet overal ter wereld het belang van de familienaam wordt ingezien. Zo is voor de Chinese onderzoeker doorgaans het begin van een merk dominant. "Ook landen waar uitsluitend (fonetisch) identieke merken worden weergegeven, sturen we bij. Want onze klanten verwachten een coherente en consistente werkwijze in de rapporten."

#### DE VIOLLEN GESTEMD

Een team van 6 toegewijde mensen bij Thomson CompuMark waakt voltiids over de productkwaliteit van het internationale netwerk. "Dit doen we al van bij de screening van potentiële partners", preciseert Jacqueline Verwerft. "Solide plaatselijke bedrijven met ervaring genieten daarbij onze voorkeur. Hun kwaliteit en beschikbaarheid bieden meer zekerheid. Toch sluiten we de kleinere bedrijven niet uit. Want deze leveren soms een snellere service door hun beperkter klantenbestand." Hoe dan ook volgt op een verkennend gesprek een fase van coaching en opleiding. "Dan stemmen we de violen gelijk over optimale criteria voor de inhoud van een rapport en de vlotheid van leveren." Volgt tot slot een testfase, waarin 5 à 10 succesvol geëvalueerde onderzoeken kunnen leiden tot een duurzame samenwerking. "Pas dan gebruiken we de service ook voor onze klanten", vertelt Jacqueline Verwerft.

#### UITBREIDING

Thomson CompuMark is steeds op zoek naar uitbreidingsmogelijkheden en uitstekende partners om een zo compleet mogelijke service te garanderen. "Onze klanten hebben vooral hulp nodig bij rapporten uit landen met een ander schrift", merkt Jacqueline Verwerft op. "De onderzoeken met interpretatie zijn momenteel al beschikbaar voor China. Mogelijk worden deze onderzoeken in de toekomst nog uitgebreid naar andere Aziatische landen zoals Hong Kong, Maleisië, Japan en Zuid-Korea. Op termijn komen daar ook Arabische landen bij."

Thomson CompuMark is zo uw aanspreekpunt bij uitstek voor alle mogelijke merkeninformatie in alle landen van de wereld.

"Thomson CompuMark heeft een uitgebreid netwerk van 250 geselecteerde partners in meer dan 200 landen. Een team van 6 specialisten waakt constant over de kwaliteit."



Het Third Parties Team

# BRAZILIË, LAND VAN VELE MOGELIJKHEDEN

## GROEIENDE ECONOMIE BIEDT OPPORTUNITEITEN AAN MERKENEIGENAARS.

### ECONOMISCHE GROEI

Brazilië is het grootste land van Zuid-Amerika, het op 5 na grootste land van de wereld en een van de dichtstbevolkte democratieën in de wereld. Maar voor merkeigenaren die op zoek zijn naar nieuwe opportuniteiten, is Brazilië groter dan ooit.

Het land dat vroeger gebukt ging onder hoge inflatie en een onevenwichtige economie, is vandaag een van de meest stabiele, meest dynamische en snelst groeiende economieën in de wereld. Brazilië creëert nieuwe mogelijkheden voor elke industrie – van energie en landbouw tot consumerproducten.

“Brazilië beleeft een economisch hoogtepunt, of toch minstens sinds de jaren 70”, zegt Leticia Provedel, een advocaat Intellectueel Recht die gespecialiseerd is in internationaal handelsmerkrecht. “In de voorbije tien jaar is de inflatie in Brazilië gedaald van 30% tot 5% per jaar. Dit heeft een overweldigend effect gehad op de consument, wat zich heeft uitgedrukt in een fel gestegen consumentenvertrouwen en koopkracht.”

Het antwoord van de wereldmarkt was een enorme expansie wat betreft buitenlandse investeringen. In 2007 bedroeg het totale bedrag van die investeringen 30 miljard dollar, een stijging van maar liefst 28% in vergelijking met het jaar daarvoor.

### AANTAL MERKEN VERDUBBELD

Die snelle stijging in economische activiteit had een vrijwel even imposant gevolg voor het aantal merkaanvragen. Volgens Leticia Provedel steeg het aantal aanvragen voor de Brazilian Patent and Trademark Office van 32 000 in 2006 tot meer dan 61 000 in de eerste helft van 2007.

Het is duidelijk dat Brazilië ongekende opportuniteiten biedt aan tal van merken. Volgens Leticia Provedel is een goed begrip van het unieke merklandschap van Brazilië echter cruciaal voor elke onderneming die in het land een nieuw merk wil lanceren of de activiteiten van een bestaand merk wil uitbreiden.

### ONDERZOEK NOODZAKELIJK

Net vanwege het groot aantal merken en de snelle groei ervan, benadrukt Leticia Provedel het belang van onderzoeken alvorens een merk aan te vragen.

“De PTO-zoekmachine in Brazilië voldoet niet. Ze is niet erg flexibel en erg gebruiksonvriendelijk”, vervolgt Leticia Provedel. “De tool laat niet toe classificaties te combineren, zoekresultaten te verfijnen of meerdere woorden in één search op te zoeken. Daarom moesten sommige IP advocatenkantoren zelf hun databases en tools ontwikkelen.”

“Voor zij die niet over de tools beschikken om hun eigen databases te ontwikkelen, of voor firma’s buiten Brazilië, zijn commerciële tools als Thomson CompuMark’s SAEGIS™ online screening een aantrekkelijk alternatief”, besluit Leticia Provedel. SAEGIS voegde recent een databank voor Brazilië toe aan haar globale aanbod.



Leticia Provedel, advocaat  
Intellectueel Recht

Voor klanten die hun onderneming willen uitbreiden naar Brazilië, Rusland, India of China, voorziet Thomson CompuMark in een ruim aanbod aan onderzoeksdiensten.

- Online screening in unieke Chinese en Braziliaanse databanken op SAEGIS.
- Grondige clearance voor elk BRIC-land. Individueel of gecombineerd.
- Bewaking om uw merk in Brazilië, Rusland, India en China te beschermen.

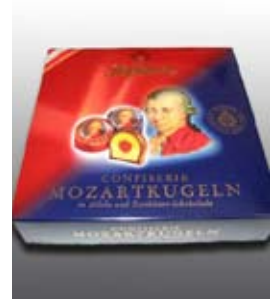


# IP-KNIPSELS

## MERK 'MOZART' IS BESCHRIJVEND VOOR CHOCOLADE

Een Duitse onderneming heeft geprobeerd om het merk 'Mozart' in te schrijven voor klasse 30 'Banketbakkers- en suikerbakkerswaren, producten van chocolade en suikergoed'. De Zwitserse chocoladefabrikant Lindt, producent van de welbekende 'Mozartkugeln', maakte hier echter bezwaar tegen.

De Rechtbank van Eerste Aanleg oordeelde dat het Duitstalige publiek de term 'Mozart' kan interpreteren als een verwijzing naar het kenmerkende recept van de Mozartkugel. 'Mozart' wordt hierdoor beschrijvend en kan niet ingeschreven worden voor andere chocoladeproducten.



## 'OLYMPISCHE PUDDING' MONA VERBODEN

Het Nederlandse zuivelbedrijf Mona lanceerde onlangs een speciale pudding naar aanleiding van de Olympische Spelen. Hiertegen werd al snel bezwaar aangetekend door het Nederlands Olympisch Comité\*Nederlandse Sport Federatie. Het NOC\*NSF is eigenaar van het Benelux-woordmerk 'Olympisch' en meende dat Mona met haar 'Olympische Pudding' inbreuk maakte op haar merkrechten.

"Om de waarde van het merk te beschermen hebben we alles vastgelegd", sprak Paul Holster, hoofd Marketing van het NOC\*NSF. "Zo is het ook niet toegestaan om 'olympisch' als bijvoeglijk naamwoord te gebruiken."

Mona moest de reclame voor het dessertje staken en de Olympische Pudding vervangen door een ander puddinkje. Mona brengt elke maand een nieuwe pudding op de markt, vaak met een link naar de actualiteit. Tijdens het EK voetbal was er bijvoorbeeld een 'Luchtige EK-pudding' en vorig jaar was er tijdens de 'Tour de France' een 'Bolletjestrui-pudding'.



## LOKAAL MERK SEAT VERHINDERT REGISTRATIE MAGIC SEAT

De rechtbank van Eerste Aanleg heeft het beroep van Honda Motor Europa om het woordmerk 'MAGIC SEAT' als Gemeenschapsmerk te registreren, afgewezen. Honda wou dit merk registreren in klasse 12 (autoaccessoires, autozetels,...). Seat tekende echter oppositie aan omwille van haar registratie in Spanje in klasse 12.

Het gerecht oordeelde dat de merken gelijkaardig en de goederen hetzelfde zijn en dat er verwarringsgevaar bestaat.



# MAAK KENNIS MET: THOMSON REUTERS

17 april 2008 werd een heel bijzondere dag in het collectief geheugen van The Thomson Corporation in Canada en de Reuters Group PLC in London. Sinds beide de handen in elkaar hebben geslagen, is Thomson Reuters dé toonaangevende informatiebron voor ondernemingen en professionals.



## THOMSON REUTERS

Samen met Jan Broeckx, Managing Director van Thomson CompuMark, gaan we dieper in op het belang van deze pas gevormde organisatie van wereldklasse, en wat de samenwerking concreet betekent voor Thomson CompuMark en haar klanten.

### Wat is het belang van Thomson Reuters voor Thomson CompuMark?

Jan Broeckx: "Thomson Reuters is een wereldmerk dat de sterkte van Reuters in Europa en Azië combineert met die van Thomson in Noord-Amerika. Voor Thomson CompuMark, dat zelf al over de hele wereld actief is, is deze merksterkte een belangrijk voordeel in alle regio's waar we zakendoen. Naast het feit dat het een wereldwijd actief merk is, bezit Thomson Reuters ook een impressionant aanbod aan activiteiten. Het biedt een breed palet aan van innoverende producten en diensten, zowel voor klanten in de financiële, juridische en zorgsector, als voor de wetenschappelijke, boekhoudkundige en mediasector. Individuele ondernemingen, Thomson CompuMark inbegrepen, zullen in de toekomst op zoek gaan naar manieren om hun voordeel te halen uit de gecombineerde sterkte en het gezamenlijke aanbod van Thomson Reuters."



Jan Broeckx, Managing Director van Thomson CompuMark



### Wat is er voor de Thomson CompuMark klanten veranderd sinds april, toen Thomson Reuters werd gelanceerd?

Jan Broeckx: "Onze klanten zullen merken dat Thomson Reuters een eigen logo en visuele identiteit heeft. Door onze naam - Thomson CompuMark - te verbinden aan het merk Thomson Reuters, maken we onze samenwerking wereldkundig. Heel wat van onze klanten lieten zich ondertussen trouwens positief uit over het nieuwe merk.

Praktisch bekeken zijn onze e-mailadressen veranderd. Voortaan vindt u achteraan elk mailadres @thomsonreuters.com.

In tegenstelling tot het merk, veranderde er niets aan ons productaanbod en onze businessprocessen. Klanten kunnen nog steeds rekenen op dezelfde diensten en kunnen met ons zakendoen als vroeger. Onze focus blijft gericht op het aanbieden van de meest betrouwbare merkeninformatie en de beste service, inclusief innovatieve online workflowapplicaties die onze klanten tijd helpen besparen en hun workflow helpen optimaliseren."

### Verandert er in de toekomst nog iets aan het product- en dienstenaanbod van Thomson CompuMark?

Jan Broeckx: "Alle afdelingen van Thomson Reuters, met inbegrip van Thomson CompuMark, zijn uitermate sterk in het verwerken van data in intelligente informatie én in het verstrekken van die informatie aan de decision makers, op de juiste manier, op het juiste moment. Thomson Reuters heeft een uitgebreide portfolio aan producten en oplossingen die erg complementair zijn. Omdat Thomson CompuMark zelf een bedrijf is in de sector van inhoud en kennis, is het logisch dat we, met het oog op de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, op zoek gaan naar mogelijkheden die onze middelen en expertise versterken. Met dat doel voor ogen hebben we al researchprojecten opgezet en delen we onze knowhow. Zo zoeken we momenteel uit of nieuws uit de IP-industrie of andere informatie van Thomson Reuters geïntegreerd kan worden in de diensten van Thomson CompuMark, om zo een meerwaarde te creëren voor trademark en IP professionals."

### OVER THOMSON REUTERS

Thomson Reuters bestaat uit verschillende business units, die zich elk afzonderlijk richten op specifieke sectoren en professionals, en dit met een ruim aanbod aan innovatieve producten en diensten:



Informatie- en beslissingsondersteunende tools en diensten voor professionals uit businesses en overheden op het gebied van rechtspraak en Intellectuele Eigendom. Belangrijkste merken: Thomson CompuMark, Westlaw, Elite, FindLaw, Sweet & Maxwell.



Informatie- en beslissingsondersteunende tools en diensten voor professionals uit de branche van belastingen en boekhouding. Belangrijkste merken: Checkpoint, CS Professional Suite, PPC.



Informatie- en beslissingsondersteunende tools en diensten voor onderzoekers, wetenschappers en informatiespecialisten. Belangrijkste merken: Thomson Pharma, Web of Science, ISI Web of Knowledge, Thomson Innovation en IP Management Solutions zoals portfoliomanagement en patenten- en merkenhernieuwingsdiensten.



Informatie- en beslissingsondersteunende tools die professionals uit de gezondheidszorg helpen om hun klinische en businessprestaties te verbeteren.



Informatie-oplossingen voor financiële professionals en CO's. Belangrijkste merken: TradeWeb, Reuters Trader, Thomson ONE, Lipper, Reuters News.



Wereldwijde informatie- en nieuwsdiensten voor kranten, websites, televisiezenders, radiostations en rechtstreeks naar business professionals. Reuters.com is een van de meest bekende oplossingen op dit gebied.

### THOMSON REUTERS IN ÉÉN OOGOPSLAG

- Voorlopige omzetcijfers voor 2007: US \$ 12,4 miljard
- Bij benadering 50 000 medewerkers in 93 landen.
- Geleid door Chief Executive Officer Thomas H. Glocer
- Hoofdkwartier in New York, USA
- Thomson Reuters aandelen worden verhandeld in New York (NYSE: TRI); Toronto (TSX: TRI); London (LSE: TRIL); en Nasdaq (NASDAQ: TRIN).

Meer informatie over Thomson Reuters vindt u op [thomsonreuters.com](http://thomsonreuters.com).

### NIEUWE E-MAILADRESSEN

Gelieve deze adressen te updaten in uw systemen. Zo blijft u de rapporten en e-mails van Thomson CompuMark ontvangen.

compumark.be@thomsonreuters.com  
 compumark.uk@thomsonreuters.com  
 compumark.fr@thomsonreuters.com  
 compumark.it@thomsonreuters.com  
 compumark.nordic@thomsonreuters.com

Onze URL blijft ongewijzigd:  
[compumark.thomson.com](http://compumark.thomson.com)

# QUIZ

## MERKEN IN HET KORT

Onderstaande merken zijn allemaal afkortingen.  
Waarvoor staan ze? Schrijf de oplossing achter het merk  
en win een leuke verrassing.

SAAB: .....

IBM: .....

BBC: .....

AEG: .....

C&A: .....

FIAT: .....

SEAT: .....

OXFAM: .....

### OPLOSSING VAN DE VORIGE QUIZ

Plaatste u de vorige maal de merken bij het juiste land van oorsprong, dan kreeg u de volgende combinaties:

1 = e Zara – Spanje

2 = a Oilily – Nederland

3 = g Burger King – USA

4 = d Kenzo – Japan

5 = f Benetton – Italië

6 = b Swarovski - Oostenrijk

De volgende vijf lezers krijgen binnenkort hun verrassing bezorgd:

Dhr. Tapio Blanc –  
F. Hoffmann – La Roche  
AG – Zwitserland

Dhr. Stefan Wenden –  
Moll Wenden Advokatbyrå  
– Zweden

Mevr. Camelia Ispas –  
Schwabe, Sandmair &  
Marx – Duitsland

Mevr. Karin Timmer  
– Onel Trademarks –  
Nederland

Mevr. Silvia Biancalani –  
Notarbartolo & Gervasi  
SPA – Italië

Mail uw oplossing naar  
[compumark.questionmarks@thomsonreuters.com](mailto:compumark.questionmarks@thomsonreuters.com)  
of fax ze naar +32 3 220 73 90

Mevrouw  Mijnheer

Naam: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

Land: \_\_\_\_\_