



Question Marks

THOMSON COMPUMARK LETTRE D'INFORMATION

Mars 2006

Cette année, nous nous focaliserons surtout sur la poursuite du développement de nos services électroniques. Ceux-ci ont un objectif essentiel : vous aider à servir vos clients internes et externes de la façon la plus complète et la plus efficace possible. Nous considérons que notre tâche principale consiste à vous offrir les productivity tools les meilleurs possibles, vous permettant, avec un effort minimum, de gérer et traiter nos rapports et avis de surveillance de façon simple, rapide et aisée. Beaucoup d'entre vous nous ont déjà fait savoir ces dernières années qu'ils appréciaient vraiment ces outils et qu'ils attendaient avec impatience nos prochaines mises à jour. De là aussi nos bonnes résolutions pour 2006 et notre promesse formelle de lancer, certainement cette année, des fonctionnalités supplémentaires pour les Search et Watch E-Services.

Jan Broeckx
Managing Director

FOCUS

- 3 Démarrage de la période Sunrise pour .eu
- 6 Support & Training à votre service
- 8 E-Services, point de mire de nos Journées d'Information
- 11 La disponibilité d'une marque

Thomson CompuMark
Global Trademark Solutions

THOMSON
TM

Deux nouvelles bases de données sur SAEGIS : l'Australie et la Corée du Sud

Un de nos objectifs est d'offrir le plus possible de bases de données en ligne. Avec l'introduction de l'Australie et de la Corée du Sud, le nombre de bases de données que vous pouvez consulter via SAEGIS s'élève maintenant à 31. Les deux bases de données contiennent des listes de produits et services en anglais. La base de données australienne compte environ 400 000 marques, celle de Corée du Sud 900 000.



SAEGIS bases de données :

**Registre International
Marques Communautaires**

Europe:

Allemagne	Irlande	Portugal
Autriche	Italie	Royaume-Uni
Benelux	Lettonie	Slovaquie
Danemark	Liechtenstein	Suède
Espagne	Lituanie	Suisse
Finlande	Monaco	Tchèque
France	Norvège	
Hongrie	Pologne	

Asie et Océanie:

Australie
Corée du Sud
Japon

Amérique du Nord:

Canada
Etats-Unis - Fédérales
Etats-Unis - Etats
Mexique

Surveillance au Benelux : opposition possible dans toutes les classes

En 2004, le Bureau des Marques du Benelux introduisait la procédure d'opposition pour dépôts de marques dans les classes 2, 20 et 27. Un an plus tard, les classes 6, 8, 13, 15, 17, 19 et 21 y étaient ajoutées. Depuis le 1er janvier 2006, l'opposition est possible dans toutes les classes, du moins pour les marques déposées à partir de cette date. Pour les dépôts antérieurs à 2006, l'opposition ne demeure possible que pour les marques déposées dans les classes susmentionnées 2, 6, 8, 13, 15, 17, 19, 20, 21 et 27.

Démarrage de la période Sunrise pour .eu

Cela a pris un certain temps avant que tout ne soit en ordre, mais le 7 décembre 2005, le nom de domaine .eu a finalement été lancé. Une période 'Sunrise' a été prévue pendant quatre mois à compter de cette date.

Deux fois deux mois

Durant les deux premiers mois, des noms de domaines pouvaient être demandés sur base de marques enregistrées ou de noms géographiques et appellations d'origine. Des organismes publics pouvaient également déposer leur nom de domaine. Les deux mois suivants, il devient possible de revendiquer un nom de domaine sur base d'autres droits antérieurs, tels que noms commerciaux et noms de famille. Le 7 avril 2006, le registre s'ouvrira au grand public. Ceux qui ne sont pas titulaires d'un droit antérieur, pourront alors tenter eux aussi de faire enregistrer un nom de domaine.

L'Allemagne en tête

Actuellement (situation au 6 janvier 2006, source: www.eurid.eu), la plupart des demandes proviennent d'Allemagne (35 %), des Pays-Bas (15%) et de France (13%). Le Royaume-Uni est également très actif, avec 10% de toutes les demandes. D'après le bureau de marques gantois Remarkable, les noms de domaine .eu n'intéressent pas beaucoup les entreprises belges. Un questionnaire adressé à 240 grandes entreprises (de plus de cent salariés) a révélé que seulement 17% de celles-ci avaient introduit une demande. Quarante pour cent des entreprises interrogées n'avait même encore jamais entendu parler du domaine .eu, alors que le tour de table avait tout de même été effectué juste avant le démarrage de la période Sunrise.

Sexe!

Comme on pouvait s'y attendre, sex.eu est le nom de domaine qui a été le plus demandé : 234 fois, pour être précis. Il y a même eu une Communauté religieuse néerlandaise qui a tenté de mettre la main sur ce nom de domaine, mais qui est arrivée quelques secondes trop tard. Son but était d'expliquer via sex.eu 'à quel point le sexe est formidable de la façon dont Dieu l'a conçu.'

Demandes accélérées

Le Bureau Benelux des Marques a également fait savoir qu'il y avait eu un nombre exceptionnel de demandes accélérées au mois de novembre 2005. Au lieu du nombre habituel, quelques centaines, on en a dénombré 3 000 ce mois-là. Beaucoup souhaitaient obtenir à court terme un droit de marque dans l'espoir de pouvoir acquérir ainsi, durant la première période Sunrise, le nom de domaine correspondant.



Dépôts de marques après le record de l'année 2000

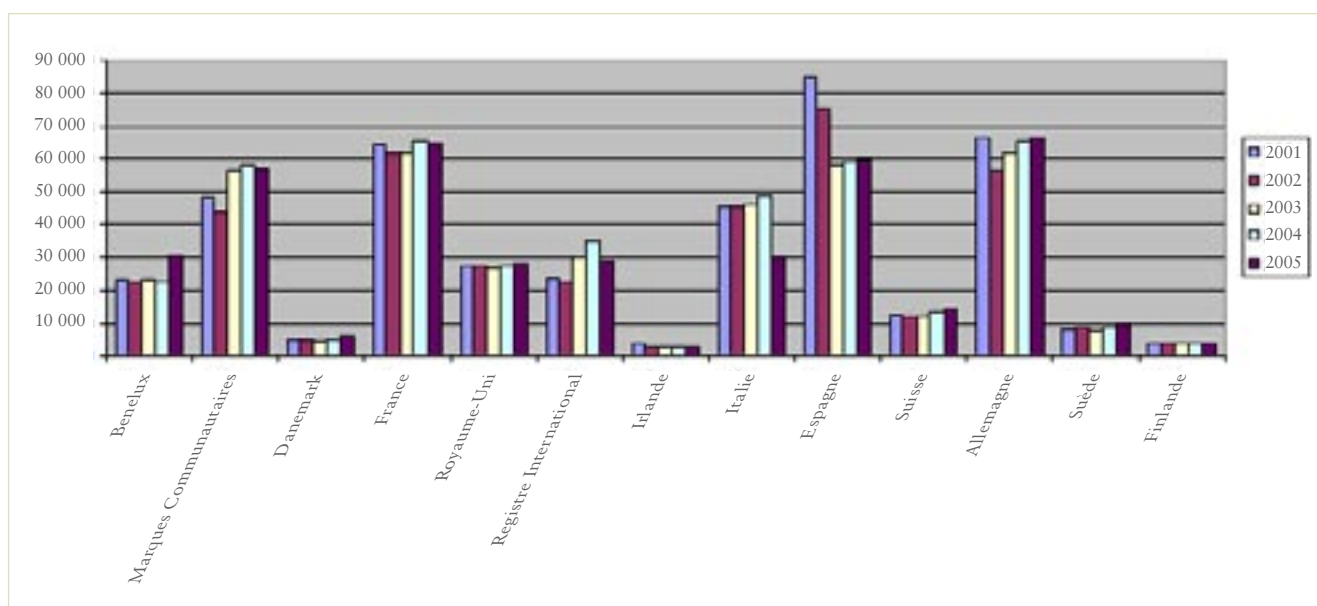
Le tableau ci-dessous vous montre le nombre de dépôts, dans onze pays européens, auprès des Marques Communautaires et auprès du Registre International, à chaque fois de 2001 à 2005.

L'année 2000 demeure toujours l'année de tous les records. Après une retombée durant les années suivantes, il semble que pour la plupart des pays, un retournement de la situation a lieu depuis 2004. Bien que les chiffres pour l'année 2005 ne soient pas encore définitifs, la tendance semble bonne.

Le chiffre exact pour l'Italie ne sera connu que d'ici quelques mois. L'étonnante hausse pour le Benelux en 2005 est due à la période .eu sunrise. (voir p. 3)

	2001	2002	2003	2004	*2005
Benelux	23 129	22 732	23 290	22 441	30 754
Marques Communautaires	48 077	44 246	56 765	57 783	57 011
Danemark	4 764	4 988	4 570	5 051	5 758
France	64 112	61 615	61 584	65 636	65 081
Royaume-Uni	27 443	27 566	26 653	27 833	28 061
Registre International	23 772	22 231	30 277	34 724	28 824
Irlande	3 846	2 617	2 459	2 695	2 479
Italie	45 591	45 460	45 732	49 006	30 310
Espagne	84 578	75 220	58 119	58 697	59 487
Suisse	12 508	11 611	11 470	13 327	14 044
Allemagne	66 443	56 750	61 526	65 421	66 208
Suède	8 013	8 354	7 742	8 642	9 803
Finlande	3 817	3 919	4 102	4 144	4 177

* Les chiffres de l'année 2005 ne sont pas encore définitifs





IPSEI VERSUS PEPSI

Ipsei, un nouveau produit de The Coca-Cola Company, ne porte pas atteinte à Pepsi, la marque communautaire de PepsiCo, d'après le Tribunal des Marques Communautaires de La Haye.

The Coca-Cola Company a gagné un procès pour violation de marque que lui avait intenté PepsiCo, après que Coca-Cola ait lancé une nouvelle boisson wellness aux Pays-Bas sous la marque Ipsei. La marque était dérivée du mot latin 'ipse', qui signifie 'soi'. PepsiCo estimait que Ipsei ressemblait trop à sa marque communautaire Pepsi et alléguait que ceci pouvait prêter à confusion et, par conséquent, porter atteinte à sa célèbre marque. Les deux sociétés, PepsiCo et The Coca-Cola Company se référaient à plusieurs études de marché, mais parvenaient à des conclusions fort différentes en la matière.

Le Tribunal des Marques Communautaires de La Haye décida que la ressemblance entre les deux marques était insuffisante. Le Tribunal tint compte du fait que la marque Ipsei était toujours accompagnée d'une marque figurative particulière, comme vous pouvez le voir sur l'illustration. En outre, il invoqua également le fait qu'Ipsei ne se prononce pas comme l'affirmait PepsiCo, à savoir 'Ipsi'. Vu l'absence de ressemblance visuelle ou auditive constatée par le Tribunal, celui-ci rejeta la requête de PepsiCo.

*Un envoi de Boudewijn van Vondelen, NautaDutilh S.A., Avocats Notaires
Conseillers Fiscaux*



Support & Training à votre service

Vous êtes probablement le plus souvent en contact avec nos collaborateurs de notre Support & Training Team. Une équipe à fortes expertises qui se porte garante de la qualité de nos prestations et de notre proximité à vos côtés. Vous connaissez certainement déjà certains visages, d'autres peut-être pas encore. C'est la raison pour laquelle nous avons le plaisir de vous présenter la Support & Training Team.

Les collaborateurs du Support & Training Team sont vos interlocuteurs quotidiens. Ils disposent d'une vaste connaissance des produits et savent exactement, à tout moment, ce dont vous avez besoin. Vous pouvez vous adresser à eux pour toutes vos questions en rapport avec des recherches, des surveillances, les E-Services et SAEGIS. Nous partons ici du principe du **single point of contact**. Néanmoins toutes les expériences sont partagées avec l'ensemble de l'équipe.

Toutes les informations que vous confiez à nos Account Managers sont également systématiquement abordées avec la Support & Training Team. Ainsi, vous êtes toujours assuré d'une approche personnalisée, quelle que soit la voix que vous ayez au bout du fil.

Le Support & Training Team organise également des formations de base et des formations personnalisées. Nos formateurs vous donnent une formation sur mesure qui vous initie au b.a.-ba de SAEGIS ou vous aide à l'utiliser encore plus efficacement.

En cas de questions, vous pouvez toujours nous joindre par téléphone au numéro + 32 3 220 72 11 (voyez aussi 'Nos bureaux' à la page 7) ou par e-mail à saegis.support.be@thomson.com pour toutes questions relatives à SAEGIS et compumark.be@thomson.com (voyez aussi 'Nos bureaux' à la page 7) pour toutes vos autres questions.

Pour toutes questions relatives à SAEGIS

.01 TOM TERRYN

Trainer pour l'Allemagne (sauf Munich)

.02 KRISTIN VAN DEN BULCKE

Support

.03 ESTHER SIMONS

Trainer pour le Royaume-Uni & Support

.04 LEEN DE ROOVER

Trainer pour Benelux & Support

.05 AN VERBEEK

Trainer pour Scandinavie et la Suisse & Support

.06 SUZAN AKGÖZ

Administrative Support

.07 ILSE VAN HAAREN

Trainer pour l'Italie, l'Autriche et Munich

.08 CHRISTEL ROGIERS

Support & Training Manager

VERONIQUE VAN HOOYDONK (ne figure pas sur la photo)

Trainer pour la France

saegis.support.be@thomson.com

Pour toutes vos autres questions (*)



.08 CHRISTEL ROGIERS
Support & Training Manager

.09 MONIQUE AERTS
Pays pas repris ailleurs

.10 WENDY VERCAUTEREN
Administrative Support

.11 DAVY VAN BAVEL
l'Allemagne, l'Espagne et Benelux

.12 BART DETHEE
les Pays-Bas

.13 CAROLINE DU MEUNIER
l'Allemagne et la Suisse

.14 ISABEL DENDAUW
l'Allemagne et l'Autriche

DANIËLLE DE COCK (ne figure pas sur la photo)
Administrative Support

compumark.be@thomson.com

Nos bureaux (*)

Si vous travaillez ...

en France

en Italie

au Royaume-Uni

en Scandinavie

vous contactez pour toutes vos autres questions ...

compumark.fr@thomson.com

01 55 07 28 30

compumark.it@thomson.com

02 52 50 191

compumark.uk@thomson.com

020 7922 5555

compumark.nordic@thomson.com

08 441 77 30

E-Services, le point de mire de nos Journées d'Information

A la fin de l'année dernière, vous avez eu amplement l'occasion de faire mieux connaissance avec nos E-Services lors des Journées d'Information Thomson CompuMark. Vous avez pu y découvrir de quelle façon ils simplifient votre administration et le traitement en interne, vous permettant ainsi de gagner un temps précieux.

Qu'avez-vous appris concernant les E-Services ?

Avec les Watch E-Services vous consultez, en ligne, votre portefeuille de surveillances et tous les avis de surveillance. Il est même possible de travailler totalement en ligne et de ne plus recevoir d'avis sur papier. Les Search E-Services vous offrent des applications en ligne vous permettant de calculer le prix des recherches, de commander des recherches et de consulter et traiter vos rapports.

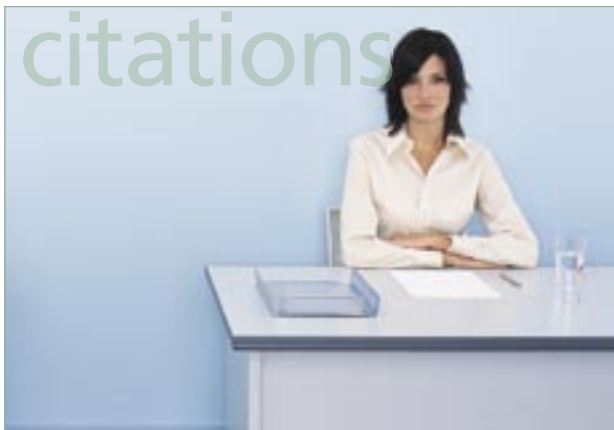
Quelles sont les expériences dans la pratique ?

Quelques orateurs ont partagé ouvertement leurs expériences personnelles avec le public. Ainsi, vous avez pu apprendre directement de la pratique comment intégrer nos E-Services dans vos tâches quotidiennes. Quelques déclarations illustrent comment ils ont vécu le passage de notre service de surveillance sur papier à notre service de surveillance en ligne, les Watch E-Services. (voir 'citations')

Votre avis concernant les Journées d'Information

Les réactions dans tous les pays ont été très positives, avec un taux de satisfaction dépassant les 90%. La quantité et la qualité des informations fournies et les orateurs qui ont relaté leurs expériences personnelles surtout, ont été très appréciées. Le lieu et le timing ont été largement approuvés, eux aussi. Néanmoins, nous prendrons toutes vos remarques en considération pour l'organisation des prochaines Journées d'Information.

Vous souhaitez des informations complémentaires concernant nos E-Services? N'hésitez pas à contacter notre Service Clientèle.



'Il est devenu très simple de traiter des rapports et de les envoyer ensuite à des agents ou clients.'

Milena C. Lacruz Pernía - Nutricia International B.V.

'Vous avez accès au système à tout moment et de n'importe quel endroit.' 'Travailler en ligne via les Watch E-Services permet de réduire les coûts par rapport aux avis de surveillance sur papier.'

Johann Christoph Gaedertz - Mayer, Brown, Rowe & Maw

'Tout est centralisé et les E-Services sont très faciles à utiliser.'

Malin van Odiijk - SCA Hygiene Products AB

'Avec les Watch E-Services, les surveillances de marques s'effectuent de façon rapide et autonome.'

Claudia Wild - CMS Hasche Sigle

'Cela a été un net progrès pour toute l'administration, lorsque nous avons choisi de travailler intégralement en ligne via les Watch E-Services.'

Sue Scott - Beck Greener & Co

'Comme les E-Services n'utilisent pas de papier, on les obtient plus rapidement.'

Dr. Matthias Humborg - REWE-Zentral AG

'Les Watch E-Services allègent considérablement le travail de surveillance quotidien, étant donné qu'on peut tout faire à partir de son lieu de travail, de la surveillance en tant que telle à l'avis concret.'

Ariane Hettenkofer - Kroher & Strobel

Des rendez-vous à noter dès maintenant

Cette année aussi, vous pouvez nous rencontrer à de nombreux événements réservés aux spécialistes des marques. Entre-temps, les Varumarkesdagen à Stockholm sont déjà passées (19 et 20 janvier), mais vous pourrez nous retrouver aux conférences suivantes :

20-21 mars 2006	PTMG Spring Conference	Londres	Royaume-Uni
22-23 mars 2006	ITMA International Meeting	Londres	Royaume-Uni
4-5 mai 2006	VPP Frühjahrstagung	Hambourg	Allemagne
6-10 mai 2006	128ste INTA Annual Meeting	Toronto	Canada
24-27 mai 2006	GRUR Fachtagung	Halle	Allemagne
7-10 juin 2006	ECTA	Varsovie	Pologne
12-15 septembre 2006	Marques	Portomaso	Malte
28-29 septembre 2006	ITMA Autumn Conference	Newcastle	Royaume-Uni
4-7 octobre 2006	PTMG Autumn Conference	Boston	Etats-Unis
8-12 octobre 2006	AIPPI	Göteborg	Suède
26-27 octobre 2006	VPP Fachtagung	Bonn	Allemagne
novembre	Markenforum	Munich	Allemagne

Nous vous invitons avec grand plaisir sur notre stand et à notre réception clients au 128^{ième}



INTA meeting

Stand Thomson CompuMark
Metro Toronto Convention Centre

Dimanche 7 mai	12h30 – 16h30
Lundi 8 mai	8h30 – 16h
Mardi 9 mai	8h30 – 14h
Mercredi 10 mai	8h30 – 14h

Réception Clients Thomson CompuMark
'The Docks', Toronto

Mardi 9 mai	21h
-------------	-----

Votre ordre confirmé

Désormais vous recevrez de Thomson CompuMark une confirmation écrite, détaillée, de toute nouvelle commande ou modification de mission en cours. Une nouvelle procédure avec laquelle vous serez bientôt confronté(e) dans trois situations.

1. Vous avez commandé ou modifié une recherche ?

Dans ce cas, vous recevrez, en même temps que la confirmation de votre ordre, un aperçu des coûts à prévoir. Le tout, le même jour ouvrable de la réception de votre commande.

2. Vous avez commandé ou modifié une surveillance ?

Dans ce cas, vous recevrez, comme par le passé, une confirmation écrite avec mention de toutes les données pertinentes.

3. Une surveillance en cours en est à son renouvellement annuel ?

Dans ce cas, vous recevrez, comme par le passé, notre lettre de renouvellement. Désormais, cependant, cette lettre de renouvellement mentionnera également le prix indicatif pour les surveillances à renouveler.

Cette approche transparente répond non seulement à la demande de nombreux clients, mais également à la loi Sarbanes-Oxley des Etats-Unis. Thomson CompuMark fait en effet partie du Groupe Thomson coté en bourse aux USA.



En cas de questions à ce sujet ? N'hésitez pas à contacter notre Service Clientèle.

Qu'est-ce que la loi Sarbanes-Oxley ?

La loi américaine Sarbanes-Oxley de 2002, appelée aussi SOX ou LSO en français, était une tentative du législateur d'offrir une réponse à un scandale comptable suite à l'effondrement de plusieurs entreprises cotées en bourse aux USA et aux excès du management d'un certain nombre d'autres entreprises. La loi Sarbanes-Oxley exige le respect d'une profonde réforme des procédures comptables élémentaires corporatives, réforme qui avait pour but de favoriser et de restaurer la confiance générale dans la qualité et la transparence du reporting financier. Les réformes concernent tant les auditeurs internes que les auditeurs externes.

'De l'impérieuse nécessité de vérifier la disponibilité d'une marque avant son adoption'

par Pierre de Boisse

Au moment où l'actualité cite de nombreux cas de contrefaçon de produits de marques par des fabricants étrangers notamment asiatiques, les sociétés européennes ne peuvent imaginer qu'elles sont également susceptibles dans certaines circonstances de devenir des contrefacteurs au sens de la loi.

Il s'agit bien sûr contrairement aux contrefaçons que poursuit l'administration des douanes, d'une contrefaçon fortuite, contrefaçon qui peut néanmoins avoir les mêmes conséquences qu'une copie délibérée.

Il s'avère en effet qu'actuellement, les acteurs économiques négligent de plus en plus avant l'adoption d'une marque, de vérifier sa disponibilité en d'autres termes de s'assurer que le mot ou le dessin choisi est libre de tout droit exclusif.

Les déposants européens se contentent d'effectuer une simple investigation sur une base de données ou même auprès de l'administration et cela sans obtenir aucun conseil ni avis. Ce genre d'enquête s'avère insuffisant pour pouvoir lancer en toute sérénité l'exploitation d'une nouvelle marque. La doctrine et la jurisprudence sont unanimes pour affirmer que la reproduction déguisée (même fortuite) d'une marque enregistrée ou que sa simple altération dès lors qu'il existe un risque de confusion, constitue une contrefaçon au même titre que la copie servile délibérée.

Il est donc nécessaire que la recherche préalable prenne en considération non seulement les identités mais également les marques approchantes tant sur le plan phonétique, que visuel et enfin intellectuel. Dans la recherche, il convient

d'examiner attentivement chaque signe relevé en fonction de sa ressemblance avec la marque choisie, de son caractère distinctif, de l'activité réellement désignée par le signe et de celle de son titulaire.

Il s'agit d'un travail délicat et aléatoire que seuls les praticiens spécialisés peuvent mener à bien. Les recherches d'antériorité constituent en effet un travail complexe, et le non respect de certaines règles peut conduire des entreprises à commettre involontairement un fait qui constitue une infraction pénale et un fait générateur de responsabilité civile.

Ce texte donne l'opinion personnelle de l'auteur.

Pierre de Boisse est consultant Propriété Industrielle chez Novagraaf France (pierre.deboisse@novagraaf.fr).

Vous souhaitez réagir ou écrire vous-même un article ? Envoyez un e-mail à compumark.questionmarks@thomson.com.

Question Marks est la lettre d'information de Thomson CompuMark Europe, Middle East & Africa et paraît trois fois par an. Vous la trouverez également sur notre site

<http://compumark.thomson.com>

Redaction

Sint-Pietersvliet 7, 2000 Anvers, Belgique

Tel + 32 3 220 72 11, Fax + 32 3 220 73 90, compumark.questionmarks@thomson.com

Vous souhaitez écrire vous-même un article ?

Contactez **Ringo Van Oost**.

Vous avez des questions concernant nos services ?

Appelez notre **Service Clientèle**.

Copyright © 2005 Thomson CompuMark

Quelle est la renommée internationale des marques belges ?

Indiquez, pour chaque illustration, la marque belge correspondante et vous gagnerez peut-être un délicieux colis de liqueur d'avocat artisanale de 'Den Ouden Advokaat' ('le Vieil Avocat').



A



B



C



D



E



F



G

LA SOLUTION DU QUIZ PRÉCÉDENT

Où, quand et quoi ? Si vous avez indiqué pour chaque ville, l'année et la brève description correspondantes, vous avez dû obtenir le résultat suivant.

Paris	1883	Propriété Industrielle
Madrid	1891	Marques Internationales (Arrangement)
La Haye	1925	Modèles Internationaux
Nice	1957	Classification Marques
Lisbonne	1958	Appellations d'Origine
Locarno	1968	Classification Modèles
Vienne	1973	Marques Figuratives
Madrid	1989	Marques Internationales (Protocole)

Les cinq lecteurs ci-dessous ont envoyé la bonne solution et feront bientôt un 'hole-in-one' avec leur ensemble de golf :

- M. Häuer - Intermark B.V. - Pays-Bas
- M. Venetz - Nestlé Group IP - Suisse
- Mme Kjendlie - Nycomed - Norvège
- Mme Rascon Garcia - Ungria S.A. - Espagne
- Mme Ferrari - Simões, Garcia, Corte-Real & Associados - Portugal

> Envoyez votre solution par mail à compumark.questionmarks@thomson.com ou par fax au + 32 3 220 73 90

Madame Monsieur

NOM: _____

SOCIETE: _____

ADRESSE: _____

PAYS: _____