



Question Marks

THOMSON COMPUMARK NIEUWSBRIEF

Maart 2006

Onze hoofdfocus voor dit jaar is een verdere uitbouw van onze elektronische diensten. Zij hebben één centrale doelstelling: u helpen om uw interne en externe klanten zo volledig en efficiënt mogelijk van dienst te zijn. Wij beschouwen het als onze belangrijkste taak om u de best mogelijke *productivity tools* aan te reiken, die u in staat stellen om met een minimale inspanning onze rapporten en bewakingsberichten snel, vlot en eenvoudig te behandelen en te verwerken. Van velen onder u hebben we de voorbije jaren al vernomen dat u deze hulpmiddelen echt waardeert en dat u alvast uitkijkt naar onze volgende updates. Vandaar ook onze goede voornemens voor 2006 en onze stellige belofte om dit jaar zeker bijkomende functionaliteiten van de Search en Watch E-Services uit te brengen.

Jan Broeckx
Managing Director

FOCUS

- 3 *Sunrise periode .eu gestart*
- 6 *Support & Training tot uw dienst*
- 8 *E-Services in de kijker op onze Infodagen*
- 11 *De beschikbaarheid van een merk*

Thomson CompuMark
Global Trademark Solutions

THOMSON
—★—™

Twée nieuwe databanken op SAEGIS: Australië en Zuid-Korea

Een van onze doelstellingen is zoveel mogelijk databanken online aan te bieden. Met de introductie van Australië en Zuid-Korea is het aantal databanken dat u via SAEGIS kunt onderzoeken nu opgelopen naar 31. Beide databanken bevatten Engelse goederenlijsten. De Australische databank telt ongeveer 400 000 merken, die van Zuid-Korea 900 000.

SAEGIS databanken:

Internationaal Register
Gemeenschapsmerken

Europa:

Benelux	Letland	Slowakije
Denemarken	Liechtenstein	Spanje
Duitsland	Litouwen	Tsjechië
Finland	Monaco	Verenigd Koninkrijk
Frankrijk	Noorwegen	Zweden
Hongarije	Oostenrijk	Zwitserland
Ierland	Polen	
Italië	Portugal	



Azië en Oceanië:

Australië
Japan
Zuid-Korea

Noord-Amerika:

Canada
Mexico
US Federal
US State

Bewakingen in de Benelux: oppositie mogelijk in alle klassen

In 2004 voerde het Benelux Merkenbureau de oppositieprocedure in voor merkendepots in de klassen 2, 20 en 27. Een jaar later werden daar de klassen 6, 8, 13, 15, 17, 19 en 21 aan toegevoegd. Sinds 1 januari 2006 kan oppositie in alle klassen, ten minste voor merken gedeponereerd vanaf die datum. Voor depots van voor 2006 blijft alleen oppositie mogelijk voor merken gedeponereerd in de hoger genoemde klassen 2, 6, 8, 13, 15, 17, 19, 20, 21 en 27.

Sunrise periode .eu gestart

Het heeft een tijdje geduurd voordat de zaak helemaal rond was, maar op 7 december 2005 werd dan toch het .eu domein gelanceerd. In eerste instantie is er een sunrise periode van vier maanden.

Tweemaal twee maanden

Tijdens de eerste twee maanden konden domeinnamen aangevraagd worden op basis van geregistreerde merken of geografische benamingen en oorsprongsbenamingen. Ook publieke organisaties konden hun domeinnaam deponeren.

De volgende twee maanden is het mogelijk om op grond van andere voorgaande rechten, zoals handelsnamen en familienamen, een domeinnaam aan te vragen.

Op 7 april 2006 gaat het register open voor het brede publiek. Ook wie geen voorgaand recht heeft, kan dan proberen om een domeinnaam te laten registreren.

Duitsland op kop

Volgens www.eurid.eu (status op 6 januari 2006) komen de meeste aanvragen uit Duitsland (35%), gevolgd door Nederland (15%) en Frankrijk (13%). Ook het Verenigd Koninkrijk is erg actief, met 10% van alle aanvragen.

De Belgische ondernemingswereld is volgens het Gentse merkenbureau Remarkable niet echt geïnteresseerd in .eu domeinnamen. Uit een rondvraag bij 240 grote bedrijven (met meer dan honderd werknemers) bleek dat maar 17% een aanvraag had ingediend. Veertig procent van de ondervraagden had zelfs nog nooit van .eu gehoord, terwijl de rondvraag toch net voor de start van de sunrise periode plaatsvond.

Seks!

Niet onverwacht is sex.eu de domeinnaam die het meest werd aangevraagd: 234 keer, om precies te zijn. Er was zelfs een Nederlands Kerkgenootschap dat deze domeinnaam probeerde te bemachtigen, maar het kwam enkele seconden te laat. Het was hun bedoeling om via sex.eu uit te leggen 'hoe geweldig seks is op de manier zoals God het heeft bedoeld.'

Spoedaanvragen

Het Benelux Merkenbureau maakte ook bekend dat er in november 2005 uitzonderlijk veel spoedaanvragen voor merken binnenliepen. In plaats van het normale aantal, enkele honderden, waren er die maand 3 000. Velen wilden op korte termijn een merkenrecht verkrijgen, om zo tijdens de eerste sunrise periode een kans te maken op de overeenkomstige domeinnaam.



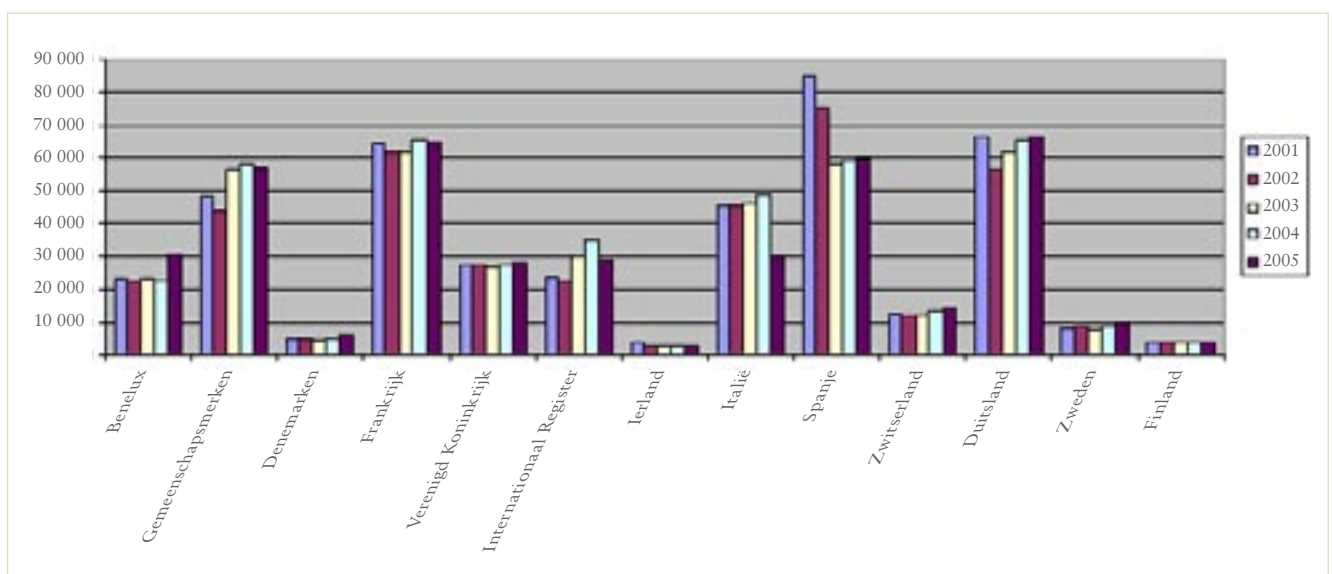
Merkendepots na het topjaar 2000

Onderstaande tabel en grafiek tonen u het aantal depots in elf Europese landen, bij het Gemeenschapsmerkenregister en bij het Internationale Register, telkens van 2001 tot 2005.

Het jaar 2000 geldt nog altijd als een absoluut topjaar. Na een terugval in de erop volgende jaren lijkt in de meeste landen sinds 2004 het tij weer gekeerd. En hoewel de cijfers voor 2005 nog niet finaal zijn, lijkt het verder de goede richting uit te gaan. Het exacte cijfer voor Italië zal waarschijnlijk pas over enkele maanden gekend zijn. De opvallende stijging in de Benelux in 2005 is te danken aan de .eu sunrise periode (zie pagina 3).

	2001	2002	2003	2004	*2005
Benelux	23 129	22 732	23 290	22 441	30 754
Gemeenschapsmerken	48 077	44 246	56 765	57 783	57 011
Denemarken	4 764	4 988	4 570	5 051	5 758
Frankrijk	64 112	61 615	61 584	65 636	65 081
Verenigd Koninkrijk	27 443	27 566	26 653	27 833	28 061
Internationaal Register	23 772	22 231	30 277	34 724	28 824
Ierland	3 846	2 617	2 459	2 695	2 479
Italië	45 591	45 460	45 732	49 006	30 310
Spanje	84 578	75 220	58 119	58 697	59 487
Zwitserland	12 508	11 611	11 470	13 327	14 044
Duitsland	66 443	56 750	61 526	65 421	66 208
Zweden	8 013	8 354	7 742	8 642	9 803
Finland	3 817	3 919	4 102	4 144	4 177

* De cijfers voor 2005 zijn nog niet finaal maar geven in de meeste landen een indicatie van wat mag verwacht worden





IPSEI VERSUS PEPSI

Ipsei, een nieuw product van The Coca-Cola Company, maakt volgens de Gemeenschapsmerkenrechtbank van Den Haag geen inbreuk op Pepsi, het Gemeenschapmerk van PepsiCo.

The Coca-Cola Company won een rechtszaak over merkeninbreuk die was aangespannen door PepsiCo, nadat Coca-Cola onder de merknaam Ipsei in Nederland een nieuw wellnessdrankje had gelanceerd. De merknaam werd afgeleid van het Latijnse woord 'ipse', dat 'zelf' betekent. PepsiCo vond dat Ipsei te sterk op zijn Gemeenschapsmerk Pepsi geleek en voerde aan dat deze bekende merknaam hiervan schade kon ondervinden doordat er verwarring kon ontstaan. PepsiCo en The Coca-Cola Company beriepen zich allebei op meerdere marktonderzoeken, maar kwamen daarbij tot sterk verschillende conclusies.

De Gemeenschapsmerkenrechtbank van Den Haag besloot dat er onvoldoende gelijkheid was tussen de twee merken. Het Hof hield rekening met het feit dat het merk Ipsei altijd met een speciaal beeldmerk wordt weergegeven, zoals u op de illustratie kunt zien. Daarnaast voerde het ook aan dat Ipsei niet wordt uitgesproken zoals PepsiCo beweerde, namelijk als 'Ipsi'. Aangezien het geen visuele of auditieve gelijkheid vond, verwierp het Hof PepsiCo's aanspraken.

*Een inzending van Boudewijn van Vondelen, NautaDutilh N.V., Advocaten Notarissen
Belastingadviseurs*



Support & Training tot uw dienst

U komt allicht dagelijks in contact met onze medewerkers van het Support & Training Team. Een team met uiteenlopende expertises dat garant staat voor een efficiënte en persoonlijke dienstverlening. Sommigen van hen kent u ongetwijfeld al, anderen misschien nog niet. Daarom stellen we hen graag nog even aan u voor.

De medewerkers van het Support & Training Team zijn uw dagelijkse aanspreekpunt. Zij beschikken over een ruime productkennis en weten op elk moment perfect wat u nodig heeft. Voor al uw vragen in verband met onderzoeken, bewakingen, E-Services en SAEGIS kunt u bij hen terecht. Wij gaan hierbij uit van het single point of contact-principe. Toch worden alle ervaringen met het hele team gedeeld.

Ook alle informatie die u onze Account Managers toevertrouwt, wordt systematisch met het Support & Training Team besproken. Zo bent u altijd zeker van een persoonlijke aanpak, welke stem u ook aan de lijn krijgt.

Het Support & Training Team verzorgt ook basis- en persoonlijke trainingen. Onze trainers geven u een opleiding op maat die u inwijdt in het abc van SAEGIS of u helpt om het nog doeltreffender te gebruiken.

Voor vragen kunt u ons steeds telefonisch bereiken op nummer + 32 3 220 72 11 (zie ook 'Onze kantoren' op pagina 7) of via e-mail op saegis.support.be@thomson.com voor al uw vragen in verband met SAEGIS of op compumark.be@thomson.com (zie ook 'Onze kantoren' op pagina 7) voor al uw andere vragen.

Voor al uw vragen in verband met SAEGIS

.01 TOM TERRYN

Trainer voor Duitsland (behalve München)

.02 KRISTIN VAN DEN BULCKE

Support

.03 ESTHER SIMONS

Trainer voor het Verenigd Koninkrijk & Support

.04 LEEN DE ROOVER

Trainer voor Benelux & Support

.05 AN VERBEEK

Trainer voor Scandinavië en Zwitserland & Support

.06 SUZAN AKGÖZ

Administrative Support

.07 ILSE VAN HAAREN

Trainer voor Italië, Oostenrijk en München

.08 CHRISTEL ROGIERS

Support & Training Manager

VERONIQUE VAN HOOYDONK (ontbreekt op foto)

Trainer voor Frankrijk

saegis.support.be@thomson.com

Voor al uw andere vragen (*)



.08 CHRISTEL ROGIERS
Support & Training Manager

.09 MONIQUE AERTS
Overige landen

.10 WENDY VERCAUTEREN
Administrative Support

.11 DAVY VAN BAVEL
Duitsland, Spanje en Benelux

.12 BART DETHEE
Nederland

.13 CAROLINE DU MEUNIER
Duitsland en Zwitserland

.14 ISABEL DENDA UW
Duitsland en Oostenrijk

DANIËLLE DE COCK (ontbreekt op foto)
Administrative Support

compumark.be@thomson.com

Onze kantoren (*)

Werkt u vanuit ...

Frankrijk

Italië

het Verenigd Koninkrijk

Scandinavië

dan neemt u voor al uw andere vragen contact op met ...

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 in de kijker op onze Infodagen

Eind vorig jaar kreeg u op de Thomson CompuMark Infodagen uitgebreid de gelegenheid om onze E-Services beter te leren kennen. U kon er ontdekken hoe ze uw administratie en interne verwerking vereenvoudigen en u zo kostbare tijd besparen.

Wat kwam u over de E-Services te weten?

Met de Watch E-Services consulteert u online uw bewakingsportefeuille en alle bewakingsberichten. Het is zelfs mogelijk om volledig online te werken en niet langer papieren berichten te ontvangen. De Search E-Services bieden u onlinetoepassingen waarmee u de prijs van onderzoeken kunt berekenen, onderzoeken kunt bestellen en uw rapporten kunt raadplegen en bewerken.

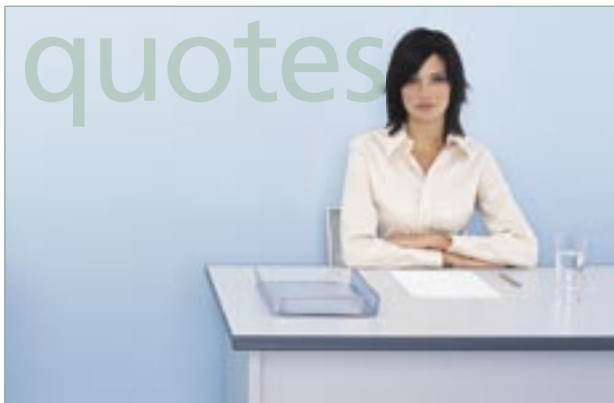
Wat zijn de ervaringen in de praktijk?

Enkele gastsprekers deelden vrijuit hun persoonlijke ervaringen met het publiek. Zo kon u rechtstreeks vanuit de praktijk vernemen hoe u onze E-Services in uw dagelijkse taken kunt integreren. Enkele uitspraken illustreren hoe zij de overgang van onze papieren bewakingsdienst naar onze onlinebewakingsdienst, de Watch E-Services, hebben beleefd. (zie 'quotes')

Uw mening over de Infodagen

De reacties in alle landen waren erg positief, met een tevredenheidsscore boven de 90%. Vooral de hoeveelheid en de kwaliteit van de informatie die werd verstrekt en de gastsprekers die hun persoonlijke ervaringen toelichtten, werden erg gewaardeerd. Ook de locatie en de timing konden op veel bijval rekenen. Toch zullen we bij de organisatie van de volgende Infodagen al uw opmerkingen in overweging nemen.

Wenst u meer informatie over onze E-Services?
Neem dan gerust contact op met onze Klantendienst.



‘Het is heel eenvoudig geworden om rapporten te bewerken en ze vervolgens door te sturen naar agenten of cliënten.’

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

‘U heeft op elk moment en op elke plaats toegang tot het systeem. Online werken via de Watch E-Services levert een kostenbesparing op ten opzichte van de papieren bewakingsberichten.’

Johann Christoph Gaedertz - Mayer, Brown, Rowe & Maw

‘Je vindt alle informatie op één plaats en het is heel gebruiksvriendelijk.’

Malin van Odiijk - SCA Hygiene Products AB

‘Merkenbewaking via de Watch E-Services staat voor onafhankelijk en snel handelen.’

Claudia Wild - CMS Hasche Sigle

‘De hele administratie ging er duidelijk op vooruit toen we ervoor kozen om volledig online te werken via de Watch E-Services.’

Sue Scott - Beck Greener & Co

‘De E-Services maken geen gebruik van papier en zijn dus sneller op te vragen.’

Dr. Matthias Humborg - REWE-Zentral AG

‘De Watch E-Services verlichten het dagelijkse bewakingswerk aanzienlijk, aangezien u alles van op de werkplek kunt doen, van de eigenlijke bewaking tot het concrete bericht.’

Ariane Hettenkofer - Kroher & Strobel

Afspraken om nu al te noteren

Ook dit jaar kunt u ons op tal van evenementen voor merkenspecialisten ontmoeten. De Varumarkesdagen in Stockholm liggen intussen al achter de rug (19 en 20 januari) maar u kunt ons ook nog treffen op de volgende conferenties.

20-21 maart 2006	PTMG Spring Conference	Londen	Verenigd Koninkrijk
22-23 maart 2006	ITMA International Meeting	Londen	Verenigd Koninkrijk
4-5 mei 2006	VPP Frühjahrstagung	Hamburg	Duitsland
6-10 mei 2006	128ste INTA Annual Meeting	Toronto	Canada
24-27 mei 2006	GRUR Fachtagung	Halle	Duitsland
7-10 juni 2006	ECTA	Warschau	Polen
12-15 september 2006	Marques	Portomaso	Malta
28-29 september 2006	ITMA Autumn Conference	Newcastle	Verenigd Koninkrijk
4-7 oktober 2006	PTMG Autumn Conference	Boston	Verenigde Staten
8-12 oktober 2006	AIPPI	Göteborg	Zweden
26-27 oktober 2006	VPP Fachtagung	Bonn	Duitsland
november	Markenforum	München	Duitsland

Wij nodigen u van harte uit op onze stand en op onze klantenreceptie tijdens de 128ste INTA meeting



Stand Thomson CompuMark,
Metro Toronto Convention Centre

Zondag 7 mei	12u30 – 16u30
Maandag 8 mei	8u30 – 16u
Dinsdag 9 mei	8u30 – 14u
Woensdag 10 mei	8u30 – 14u

Klantenreceptie Thomson CompuMark,
'The Docks', Toronto

Dinsdag 9 mei	21u
---------------	-----

Uw order bevestigd

Voortaan krijgt u van Thomson CompuMark een gedetailleerde, schriftelijke bevestiging van iedere nieuwe bestelling of wijziging van een lopende opdracht. Een nieuwe werkwijze waarmee u weldra in drie situaties te maken zult krijgen.

1. Bestelde of wijzigde u een onderzoek?

Dan krijgt u samen met de bevestiging van uw order meteen ook een overzicht van de te verwachten kosten. Dit alles op dezelfde werkdag als uw bestelling werd ontvangen.

2. Bestelde of wijzigde u een bewaking?

Dan krijgt u, net zoals in het verleden, een schriftelijke bevestiging met vermelding van alle relevante gegevens.

3. Is een lopende bewaking toe aan de jaarlijkse hernieuwing?

Dan krijgt u, net zoals in het verleden, onze hernieuwingsbrief. Voortaan vermeldt deze hernieuwingsbrief echter ook de richtprijs voor de te hernieuwen bewakingen.



Deze transparante aanpak komt niet alleen tegemoet aan de vraag van vele klanten maar bovendien ook aan de Sarbanes-Oxley wet uit de Verenigde Staten. Thomson CompuMark maakt namelijk deel uit van de in de VS beursgenoteerde Thomson Groep.

Heeft u hierover nog vragen? Aarzel dan niet om onze Klantendienst te contacteren.

Wat is de Sarbanes-Oxley wet?

De Sarbanes-Oxley wet uit 2002, een wet uit de VS soms aangeduid met SOX, was een poging van de wetgever om een antwoord te bieden op een boekhoudkundig schandaal dat voortvloeide uit de ondergang van een aantal overheidsbedrijven in de VS en de excessen van het management van enkele andere ondernemingen. Sarbanes-Oxley vereist de naleving van een grondige hervorming van elementaire corporate boekhoudprocedures, die tot doel had het algemene vertrouwen in de kwaliteit en de transparantie van financiële rapportering te bevorderen en te verbeteren. De hervormingen hebben zowel betrekking op interne als externe auditoren.

'De noodzaak om de beschikbaarheid van een merk voor de lancering te verifiëren'

door Pierre de Boisse

Met de regelmaat van een klok wordt in de media bericht over de namaak van merkproducten door buitenlandse - vooral Aziatische – fabrikanten. Europese ondernemingen kunnen zich wellicht niet voorstellen dat ze in bepaalde omstandigheden volgens de letter van de wet even grote namakers kunnen zijn.

Natuurlijk, het gaat hier, in tegenstelling tot de vormen van namaak die door de douaneadministratie worden vervolgd, om onbedoelde namaak. Dat neemt evenwel niet weg dat de gevolgen even zwaar kunnen zijn als bij een doelbewuste kopie.

De ervaring leert ons dat vele economische actoren vandaag nalaten om voor de ingebruikname van een merk na te gaan of het wel beschikbaar is. Ze vinden het met andere woorden niet nodig om zich ervan te vergewissen of het woord of beeld dat ze hebben uitgekozen wel vrij is van alle exclusieve rechten.

Europese deposanten beperken zich tot een eenvoudig onderzoek in een databank of zelfs bij de administratie, zonder daarbij enige raad of enig advies in te roepen. Dat soort van onderzoek blijkt echter vaak ontoereikend om zorgeloos met de exploitatie van een nieuw merk van start te kunnen gaan. De rechtsleer en jurisprudentie stellen unaniem dat een verdoken (zelfs onbedoelde) reproductie van een geregistreerd merk of een eenvoudige aanpassing die tot verwarring kan leiden in even grote mate namaak is als een doelbewuste slaafse kopie.

Het is dan ook noodzakelijk om bij het voorafgaande onderzoek niet alleen de merkidentiteiten in overweging te nemen maar ook de gelijkende merken, en dat zowel op fonetisch vlak als visueel en ook intellectueel. Daarbij is het aangewezen om grondig elk kenteken te onderzoeken dat relevant is vanwege zijn gelijkenis met het gekozen merk, zijn onderscheidend karakter, de activiteit waarnaar het verwijst of de activiteit van de eigenaar.

Dit is een delicaat en hachelijk werk dat alleen door gespecialiseerde praktijkmensen tot een goed einde kan worden gebracht. Beschikbaarheidsonderzoeken zijn zonder meer een complexe opdracht: als bepaalde regels niet gerespecteerd worden, kunnen ondernemingen ongewild een strafbaar feit plegen, met alle burgerlijke aansprakelijkheid van dien.

Deze tekst vertolkt de persoonlijke mening van de auteur.

Pierre de Boisse is consultant Industriële Eigendom bij Novagraaf France. U kunt hem contacteren via pierre.deboisse@novagraaf.fr.

Wenst u zelf een artikel te schrijven? Stuur dan een e-mail naar compumark.questionmarks@thomson.com.

Question Marks is de nieuwsbrief van Thomson CompuMark en verschijnt drie keer per jaar.

U vindt deze nieuwsbrief ook terug op onze website: <http://compumark.thomson.com>

Redactie

Sint-Pietersvliet 7, 2000 Antwerpen, België

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

Wilt u zelf een artikel schrijven? Neem dan contact op met Ringo Van Oost.

Heeft u vragen in verband met onze diensten?

Bel dan onze Klantendienst.

Copyright © 2006 Thomson CompuMark

Hoe bekend zijn Belgische merken internationaal?

Plaats bij iedere afbeelding het bijbehorende Belgische merk en maak kans op een heerlijk pakketje artisanale advocaatlikeur van 'Den Ouden Advokaat'.



A



B



C



D



E



F



G

DE OPLOSSING VAN DE VORIGE QUIZ:

Waar en wanneer vond wat plaats?

Plaatste u bij iedere stad het juiste jaartal en de bijbehorende korte omschrijving, dan kwam u tot de volgende combinaties.

Parijs	1883	Industriële Eigendom
Madrid	1891	Internationale Merken (Schikking van Madrid)
Den Haag	1925	Internationale Modellen
Nice	1957	Classificatie Merken
Lissabon	1958	Oorsprongsbenamingen
Locarno	1968	Classificatie Modellen
Wenen	1973	Beeldmerken
Madrid	1989	Internationale Merken (Protocol)

De volgende vijf lezers stuurden de juiste oplossing door en slaan binnenkort een hole-in-one met hun golfoefenset.

- Dhr Haüer - Intermark B.V. - Nederland
- Dhr Venetz - Nestlé Group IP - Zwitserland
- Mevr. Kjendlie - Nycomed - Noorwegen
- Mevr. Rascon Garcia - Ungria S.A. - Spanje
- Mevr. Ferrari - Simões, Garcia, Corte-Real & Associados - Portugal

> Stuur uw oplossingen per e-mail naar compumark.questionmarks@thomson.com of fax ze naar + 32 3 220 73 90

Mevrouw Mijnheer

NAAM: _____

BEDRIJF: _____

ADRES: _____

LAND: _____