

# QUESTION MARKS

Nieuwsbrief

MAART 2009

## SPECIALISTENWERK



Al meer dan 40 jaar leggen wij ons toe op merkenonderzoeken. Onze ambitie is en blijft om de meest betrouwbare merkeninformatie te leveren aan onze klanten, overzichtelijk gepresenteerd en tijdig geleverd. En dat is specialistenwerk. Om u een idee te geven over de complexiteit en de verschillende fasen van het onderzoeksproces nemen we u in dit nummer graag mee achter de schermen van ons Trademark Search Department. Zo ziet u meteen hoe onze experts te werk gaan en waarom een onderzoek essentieel is om latere conflicten te vermijden.

In het verlengde van deze reportage stellen we u hier een eenvoudige onlineoplossing voor waarmee u in geen tijd de prijs van een merkenonderzoek berekent – en het daarna al even gemakkelijk online bestelt. 'Prijs & Order' past perfect in onze servicegerichte strategie.

Uw input en feedback blijven ook in 2009 onze bron van inspiratie. We hopen u dan ook te mogen ontmoeten op de jaarlijkse INTA meeting in Seattle of op een van de vele andere conferenties voor merkenspecialisten in Europa.

Ik wens u veel leesplezier.

Jan Broeckx, Managing Director



Jan Broeckx, Managing Director

### LEES ZEKER:

#### Merkenonderzoeksteam doorgelicht

pagina 4

#### De juiste oppositieperiode voor Internationale Merken

pagina 6

#### IP-conferenties in 2009

pagina 7



# INHOUD

Vooronderzoeken door het OHIM: van zestien naar twaalf .....	2
Knipoog is geen merk .....	2
Nieuwe databanken voor SAEGIS™, nieuwe registers voor bewakingen en ISS .....	3
Prijs & Order: snel, makkelijk en betrouwbaar .....	3
Merkenonderzoeksteam doorgelicht .....	4
De juiste oppositieperiode voor Internationale Merken .....	6
IP-conferenties in 2009 .....	7
Nieuwe bedrijfsbrochure en productflyers .....	7
Quiz .....	8

# 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 © 2009  
Thomson CompuMark

## VOORONDERZOEKEN DOOR HET OHIM VAN 16 NAAR 12

Nationale onderzoeken voor Gemeenschapsmerken gebeuren sinds 10 maart 2008 enkel betalend en op expliciet verzoek van de aanvrager. Aanvankelijk namen 16 lidstaten deel aan het nieuwe systeem. Dat aantal is op 1 januari 2009 teruggebracht tot 12. Ierland, Portugal, Zweden en het Verenigd Koninkrijk hebben zich teruggetrokken.

Volgende landen doen nog wel vooronderzoeken: Bulgarije, Tsjechië, Denemarken, Griekenland, Spanje, Litouwen, Hongarije, Oostenrijk, Polen, Roemenië, Slowakije en Finland.

Wenst u informatie over de nationale onderzoeken van Thomson CompuMark? Neem dan contact op met Customer Services.

## KNIPOOG IS GEEN MERK RUSSISCHE ZAKENMAN VANGT BOT BIJ REGISTRATIE

De Russische zakenman Oleg Teterin heeft geen rechten op het symbool “;-)” als merk verkregen. Rospatent, het Russische patentbureau, oordeelde dat emoticons niet geregistreerd kunnen worden als merk.

### SUPERFON

Oleg Teterin is Chief Executive van Superfon, een Russisch bedrijf dat reclame op mobiele telefoons verkoopt. Hij wilde graag de emoticon ;-)) laten registreren. Bedrijven die in Rusland deze emoticon commercieel wilden gebruiken, moesten daarvoor dan zijn toelating krijgen. Anders zouden ze worden vervolgd, volgens hem.

### NIET ONDERSCHIEDEND

Heel wat bronnen trokken de ‘claim’ van Teterin echter vrijwel onmiddellijk in twijfel. Een registratie moet immers goederen en diensten van één partij onderscheiden van de goederen en diensten van anderen. Rospatent bevestigde dat een emoticon niet als merk geregistreerd kan worden. Het patentbureau registreerde echter wel het logo van Superfon, dat een smiley als designelement bevat.

Bron: [newsfromrussia.com](http://newsfromrussia.com)



## NIEUWE DATA

### TWEE NIEUWE DATABANKEN OP SAEGIS™ CUSTOM SEARCH

Voortaan kunt u met SAEGIS Custom Search uw merken ook screenen in Turkije en Nieuw-Zeeland.

De **Turkse databank** bevat ongeveer 390 000 merken. Alle actieve merken met logo en alle inactieve merken van de laatste drie jaar zijn erin opgenomen. De computervertalingen van de goederen- en dienstenlijst worden in een latere fase toegevoegd. We houden u hiervan op de hoogte.

De databank van **Nieuw-Zeeland** bevat zo'n 450 000 merken. Ook hier vindt u alle inactieve merken van de laatste drie jaar.

SAEGIS Custom Search biedt in totaal 22 EU-lidstaten en meer dan 30 databanken wereldwijd voor online trademark screening.

### VIER NIEUWE REGISTERS VOOR BEWAKINGEN EN ISS

Omdat Thomson CompuMark streeft naar een zo ruim mogelijke dekking van de bewakingsopdrachten, hebben we recent vier nieuwe registers toegevoegd aan onze wereldwijde bewakingen: Kaapverdië, Sao Tomé en Principe, Tonga en de Malediven.

Deze landen werden ook aan de ISS-databank toegevoegd. Dit betekent dat u ook voor deze landen Identical Screeningonderzoeken kunt laten uitvoeren om identieke en fonetisch identieke merken te ontdekken



1: Kaapverdië, 2: Sao Tomé en Principe, 3: Tonga, 4: Malediven.

## PRIJS & ORDER ONLINE IS SNEL, MAKKELIJK EN BETROUWBAAR

De kostprijs van een merkenonderzoek berekenen. En het daarna ook bestellen. Thomson CompuMark heeft er een eenvoudige én betrouwbare online tool voor: Prijs & Order.

### CORRECTE BEREKENING

Prijs & Order is een praktische oplossing om online de kosten te berekenen van en bestellingen te plaatsen voor de onderzoeksproducten van Thomson CompuMark. Een aanvraag opstellen, de kostprijs bepalen, templates aanmaken en bewaren, vaak bestelde producten en registers selecteren: met Prijs & Order wordt het een stuk eenvoudiger. Al na enkele stappen heeft u een correcte prijsberekening. U kan erop vertrouwen dat deze perfect overeenkomt met het uiteindelijk aangerekende tarief voor uw bestelling. Zo komt u nooit voor verrassingen te staan.

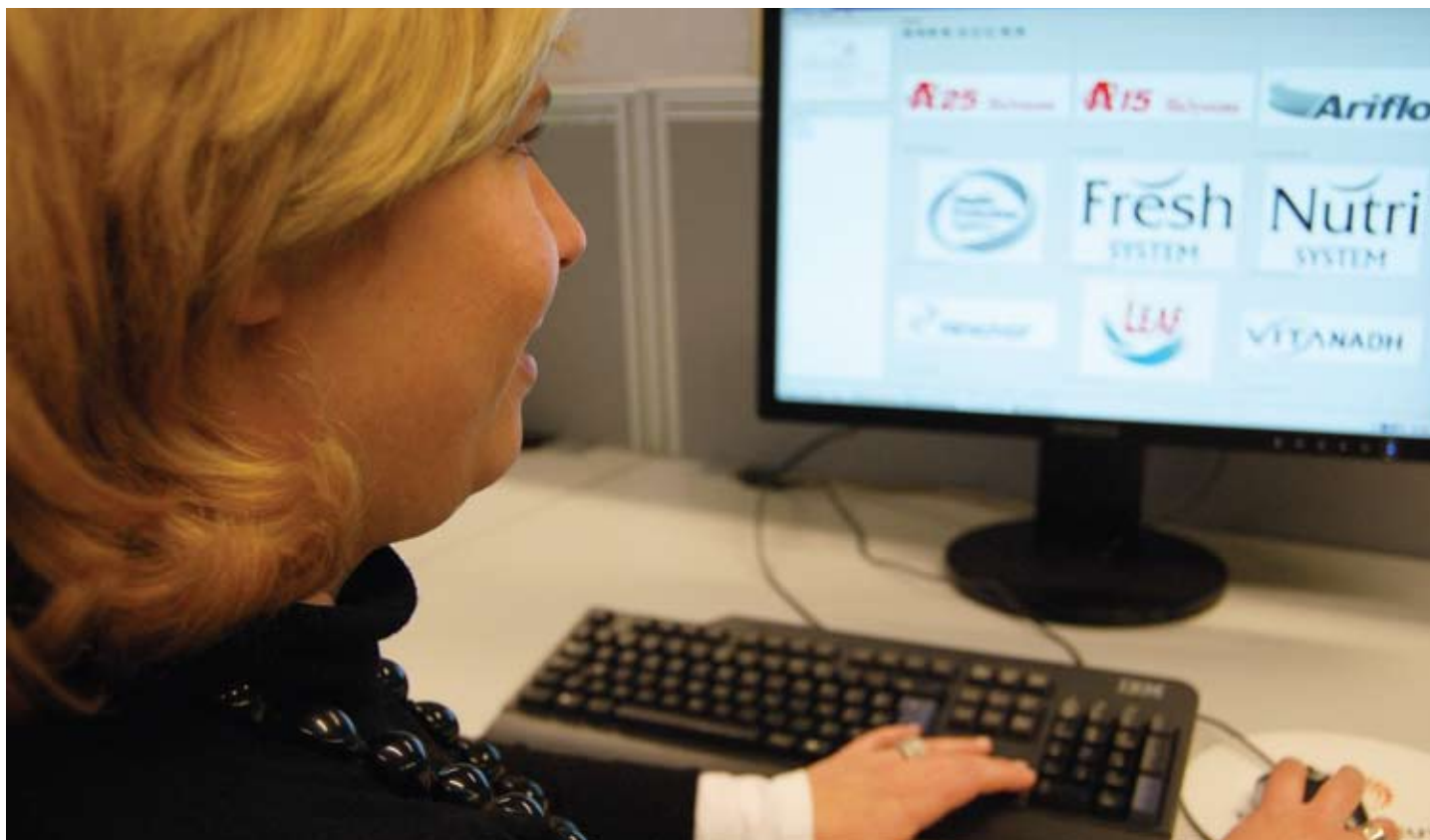
Prijs & Order zal ook integraal deel uitmaken van SERION™, de online workflowomgeving die Thomson CompuMark in 2009 zal lanceren. U leest meer over SERION op [www.serioninfo.com](http://www.serioninfo.com). Voor verdere informatie over Prijs & Order of een gratis paswoord, contacteer onze Customer Services.

### TIJDWINST

Naast het gebruiksgemak en het betrouwbare karakter is hét grote voordeel van Prijs & Order de tijdwinst. U kan er immers 24 uur per dag en 7 dagen per week gebruik van maken. De prijsberekening zelf wordt onmiddellijk in een Word-file gecreëerd, zonder tussenkomst van derden. Handig, want zo bent u niet gebonden aan de kantooruren. En door de berekeningen als templates op te slaan, kan u uw volgende bestellingen nog sneller uitvoeren.



Prijs & Order is een praktische oplossing om online de kosten te berekenen van en bestellingen te plaatsen voor onderzoeksproducten van Thomson CompuMark



## TRADEMARK SEARCH DEPARTMENT ONS MERKENONDERZOEKSTEAM DOORGELICHT

Wilt u een merk, handelsnaam, domeinnaam, model, deponantnaam of eigenaar laten screenen of grondig onderzoeken? De experts van het Trademark Search Department bij Thomson CompuMark staan voor u klaar. Maar hoe toveren zij alle informatie uit onze nauwkeurige databanken om tot een helder en compleet rapport? Ivan Van Coninckxloey, Manager Trademark Search Department, vertelt het u.

### ONDERZOEKEN IN CIJFERS

“Binnen het Trademark Search Department zijn er vorig jaar 2 987 beeldmerkenonderzoeken en 30 591 woordmerkenonderzoeken uitgevoerd. Tel daarbij de 2 587 Common Law-onderzoeken, 2 300 domeinnaamonderzoeken, 6 400 vennootschapsnaamonderzoeken en 5 670 ISS-onderzoeken en dan besef je dat je een stevig team nodig hebt om al die opdrachten tot een goed einde te brengen. We beschikken daarom over vijftien analisten voor woordonderzoeken, tien voor beeldmerkenonderzoeken en zes die zich toelagen op andere onderzoeken zoals Common Law- of domeinnaamonderzoeken.”

### STRATEGIE ALS STARTPUNT

“Nadat het order ingevoerd is door Customer Services en alle specificaties zijn genoteerd, komt het in de ervaren handen van de analisten. Zij bepalen eerst de strategie. Daarvoor hebben ze soms extra informatie over het merk nodig. Bij de minste twijfel nemen onze analisten contact op met de klant. Die systematische aanpak verbetert uiteraard de kwaliteit van het onderzoek.”

### MENS EN MACHINE

“Vervolgens analyseert de analist het merk op basis van een merkenlijst. Die wordt gegenereerd door onze intelligente zoeksoftware. De technologie staat in voor een objectieve en consistente selectie. Vervolgens gaat de analist na of de resultaten relevant zijn en voldoen aan de eisen van de klant. Technologie en menselijke inbreng gaan dus hand in hand. Tot slot wordt het onderzoeksrapport samengesteld. Om één woordmerkenonderzoek te voltooien, worden er gemiddeld 1 900 merken bekeken. Bij een beeldmerkenonderzoek loopt dit zelfs op tot 5 300 merken.”



Ivan Van Coninckxloey, Manager Trademark Search Department.

“Niets wordt aan het toeval overgelaten om de kwaliteit van de onderzoeken te garanderen.”

### WOORDMERK VERSUS BEELDMERK

“Er zijn heel wat overeenkomsten tussen een woordmerkenonderzoek en een beeldmerkenonderzoek. Toch zijn er ook belangrijke verschillen. Omdat het echt specialistenwerk is, voert elke analist uitsluitend woord- of beeldmerkenonderzoeken uit. Beide taken worden dus nooit gecombineerd. Bij woordmerkenonderzoeken voegt de analist alternatieve informatie toe aan het zoekstelsel. Dat kunnen bijvoorbeeld merkspecifieke fonetiek, vertalingen of de bepaling van een zwak of sterk element zijn. De merkselektie gebeurt dan op basis van een conceptuele of auditieve gelijkenis. Hierbij is de ervaring van de analist onontbeerlijk. Bij een beeldmerkenonderzoek gaan we anders te werk. Hier kennen we ‘Vienna Codes’ toe aan de verschillende beeldmerkelementen. Die voeren we in een databank in. Vienna Codes zijn internationaal geaccepteerde standaardcodes waarbij grafische elementen worden voorgesteld als een cijfercode. Wij passen daarnaast ook onze eigen, meer diepgaande parameters toe. Zo verfijnen we het onderzoek om uiteindelijk alle visueel gelijkende merken te vinden.”

### PERMANENTE VORMING

“Merkenonderzoeken lijken vaak een subjectieve aangelegenheid. Onze analisten worden echter deskundig opgeleid om elk merk objectief en professioneel te kunnen analyseren en een theoretische lijn te trekken. Niets wordt aan het toeval overgelaten om de kwaliteit van de onderzoeken te garanderen.



De experts van het Trademark Search Department toveren de informatie uit onze databanken om tot een helder rapport.

Onze analisten krijgen daarom eerst een intensieve opleiding van drie tot zes maanden. Een doorwinterde collega volgt hen op de voet en controleert het rapport voor honderd procent. Vervolgens worden ze intensief begeleid en bijgestuurd via regelmatige individuele evaluatiemeetings. Elke maand komt het hele team samen om opmerkingen, markttrends en andere veranderingen te bespreken. Zo schaven onze selectieanalisten hun kennis constant bij. Elke analist heeft bovendien een goede talenkennis van de regio waarvoor hij of zij verantwoordelijk is. Dat kan cruciaal zijn om de juiste strategie te bepalen. De analist kan hierdoor ook de klant contacteren in zijn of haar eigen taal. Een absolute must!”

### CONTINUE KWALITEITSBEWAKING

“Om ervoor te zorgen dat een klant ons maximaal kan vertrouwen, zijn controles dagelijkse routine. Alle strategieën worden gecontroleerd. Daarbovenop komt dat heel wat van de woord- en beeldmerkenonderzoeken volledig worden gecontroleerd. Hierna volgt steeds een feedbackmeeting. Al deze inspanningen leiden ertoe dat we met ons Trademark Search Department elke dag weer werk van de bovenste plank kunnen afleveren.”

### ONDERZOEKEN IN CIJFERS

In 2008:

- 2 987 beeldmerken
- 30 591 woordmerken
- 2 587 Common Law -onderzoeken
- 2 300 domeinnamen
- 6 400 vennootschapsnamen
- 5 670 ISS-onderzoeken

Een team van

- vijftien analisten voor woordonderzoeken
- tien analisten voor beeldmerkenonderzoeken
- zes analisten voor andere onderzoeken

### IN DE PRAKTIJK

Stel: u wilt uw merk in heel de Europese Unie lanceren. Daartoe onderzoekt u bv. het Gemeenschapsmerkregister, alle nationale registers van de lidstaten en het Internationale Register. U kan deze onderzoeksregisters apart onderzoeken of de informatie van de nationale merkenkantoren raadplegen. Dat is vaak een moeilijk en tijdrovend proces. Het duurt soms enkele maanden vooraleer u over de gewenste informatie beschikt. Bovendien is het rapport van de nationale merkenkantoren niet altijd volledig omdat niet alle EU-landen onderzoeksrapporten afleveren en omdat elk nationaal merkenkantoor zijn eigen criteria heeft.

Vaak is er onvoldoende tijd om al deze informatie te verzamelen en te verwerken, beschikt u niet over voldoende mankracht of behoort dit niet tot uw kernactiviteiten. In dat geval kunt u uw onderzoek uitbesteden aan een gespecialiseerd bedrijf zoals Thomson CompuMark. U ontvangt dan een compleet en consistent onderzoeksrapport met allesomvattende onderzoeksriteria, en dit al binnen enkele dagen. Dankzij de duidelijke en uniforme lay-out ziet u meteen of uw merk beschikbaar is. U heeft bovendien de mogelijkheid om alle rapporten in een digitale vorm te ontvangen.

# DE JUISTE OPPOSITIEPERIODE VOOR INTERNATIONALE MERKEN

Internationale Merken zijn onderworpen aan het merkenrecht van de lidstaat waar u bescherming zoekt. Afhankelijk van het resultaat van het nationaal onderzoek kan de Internationale Registratie volledig of gedeeltelijk geweigerd worden. Nieuwe Internationale Registraties of territoriale uitbreidingen van bestaande registraties die bescherming zoeken in landen met een oppositieprocedure moeten een gelijkaardige procedure ondergaan als nationale registraties uit het bewuste land.

De duur van de oppositie is in principe gelijk, alleen is er soms een verschil in het tijdstip waarop de oppositieperiode van start gaat.

Hieronder vindt u een overzicht van de huidige lidstaten van de Schikking van Madrid of het MadridProtocol met een oppositiesysteem.

Register	Oppositieperiode: (de oppositieperiode start na publicatie in het nationale merkenblad, tenzij anders vermeld)
Antigua & Barbuda	3 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Australië	3 maanden
Bahrain	60 dagen
Benelux	2 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Bhutan	3 maanden
Botswana	3 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Bulgarije	2 maanden na publicatie in de GIM
China	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Cuba	2 maanden
Cyprus	2 maanden
Denemarken	2 maanden
Duitsland	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Egypte	6 maanden na publicatie in de GIM
Estland	2 maanden
Finland	2 maanden
Frankrijk	2 maanden na publicatie in de GIM
Gemeenschapsmerken	3 maanden, begint 6 maanden na de publicatie in het Bulletin van de Gemeenschapsmerken
Georgië	3 maanden
Ghana	2 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Griekenland	4 maanden na de 16de van de maand volgend op de publicatie in het nationale merkenblad
Hongarije	3 maanden
Ierland	3 maanden
IJsland	2 maanden
Iran	30 dagen
Japan	2 maanden
Kenia	60 dagen
Kroatië	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Lesotho	3 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Letland	4 maanden na publicatie in de GIM
Litouwen	3 maanden na publicatie in de GIM
Macedonië	90 dagen na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Marokko	60 dagen na de specifieke datum vermeld in het nationale merkenblad
Moldavië	3 maanden na publicatie in de GIM
Mozambique	60 dagen
Namibië	2 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Noorwegen	2 maanden
Oman	90 dagen - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar
Polen	6 maanden
Portugal	2 maanden
Roemenië	3 maanden na publicatie in de GIM
Sierra Leone	3 maanden
Singapore	2 maanden
Slovakije	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Slovenië	3 maanden na publicatie in de GIM
Soedan	3 maanden
Spanje	2 maanden
Swaziland	3 maanden
Syrië	90 dagen
Tsjechië	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM
Turkije	3 maanden
Verenigd Koninkrijk	2 maanden
Verenigde Staten	30 dagen
Zambia	2 maanden - geen verdere specificaties beschikbaar
Zuid-Korea	2 maanden
Zweden	2 maanden
Zwitserland	3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM

GIM = Gazette of International Marks (Internationaal Merkenblad)

**We deden er alles aan om u in deze tabel zo volledig mogelijk te informeren (situatie 9 maart 2009).**

**Voor gerichte acties wint u echter best het advies in van een specialiseerde raadgever.**

# IP CONFERENTIES IN 2009

## THOMSON COMPUMARK VERWACHT U

In het voorjaar van 2009 vindt u ons op de volgende conferenties:

Van 23 maart tot 24 maart:

**PTMG Spring Conference** (Genève, Zwitserland)

Van 25 maart tot 27 maart:

**ITMA International Meeting** (Londen, Verenigd Koninkrijk)

Van 16 mei tot 20 mei:

**INTA Annual Meeting** (Seattle, Verenigde Staten)

Van 24 juni tot 27 juni:

**ECTA** (Vilnius, Litouwen)

2 juli:

**INGRES** (Zürichhorn, Zwitserland)

Een volledig overzicht van de conferenties waarop wij aanwezig zijn, vindt u ook op onze website onder de rubriek "Nieuws".



131ste INTA meeting

16 – 20 mei 2009

Washington State  
Convention & Trade Center  
(WSCTC)

Bezoek de Thomson  
CompuMark stand (201).

## NIEUWE DOCUMENTATIE

Onze nieuwe bedrijfsbrochure en productflyers zijn beschikbaar. U vindt er een schat aan informatie in terug over Thomson CompuMark en onze producten en diensten.

Contacteer Customer Services voor een exemplaar van onze bedrijfsbrochure of de productflyers of neem een kijkje op onze website.



# QUIZ

## BEKENDE BEDRIJVEN IN SEATTLE

De INTA meeting 2009 vindt plaats in Seattle, het economische hart van het noordwesten van de Verenigde Staten. De hier vermelde ondernemingen hebben allemaal een zetel in Seattle.

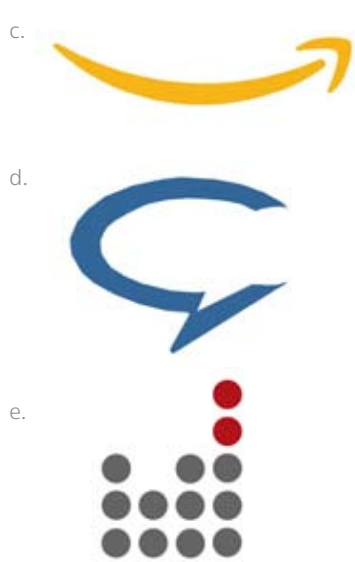
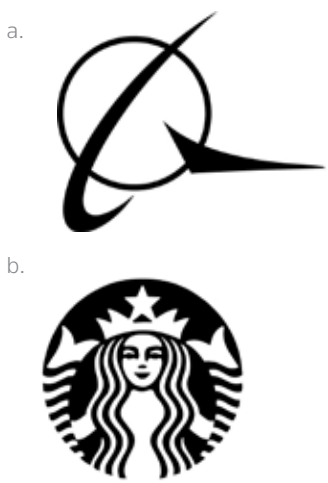
Welk bedrijf kan u associëren met volgend beeldelement? Plaats de juiste letter bij de corresponderende bedrijfsnaam en maak kans op een mooie prijs.

**OPLOSSING VAN DE VORIGE QUIZ**

Wist u de vorige keer waarvoor alle afkortingen stonden, dan verkreeg u volgende oplossing:

- Starbucks: .....
- Boeing:.....
- Amazon.com: .....
- PayScale: .....
- RealNetworks: .....

- SAAB: Svenska Aeroplan Aktiebolaget
- IBM: International Business Machines
- BBC: British Broadcasting Corporation
- AEG: Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft
- C&A: Clemens & August
- FIAT: Fabbrica Italiana di automobili Torino
- SEAT: Sociedad Española de Automóviles de Turismo
- OXFAM: Oxford Committee for Famine Relief



De volgende vijf lezers krijgen binnenkort hun verrassing bezorgd:

- Dhr. Soren V. Kaersgaard - International Patent-Bureau - Denemarken
- Mevr. Nicole Matern - TUI AG - Duitsland
- Dhr. Nabil Yanar - Cabinet Hélène Petit - Frankrijk
- Mevr. Urszula Cieslik - Georgia Pacific S.A.R.L. - Luxemburg
- Dhr. Martin Wodianka - Bird & Bird Rechtsanwältte - Duitsland

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: \_\_\_\_\_