



Question Marks

COMPU-MARK NIEUWSBRIEF

Juni 2004

Een steeds globaler wordende economie en wereldhandel vragen om een globale aanpak van merkenonderzoeken en merkenbescherming. Het is dan ook een goede zaak dat de krachten van de drie Thomson merkenspecialisten - Compu-Mark met hoofdkantoor in Antwerpen, Thomson & Thomson of T&T uit Boston en Brandy uit Tokio - voortaan in één grote groep zijn gebundeld. Op 1 april 2004 werd de heer Geert Noorman benoemd tot CEO van deze nieuwe groep. Nu we met zijn allen onder één leiderschap opereren, kunnen we ons producten- en dienstengamma nog verder verbreden en nog sneller inspelen op de constante wijzigingen in de markt en marktomgeving. Onze topprioriteit blijft daarbij de verdere uitbouw van onze elektronische dienstverlening, zoals de E-Services Bewakingen, waarover u meer verneemt in deze editie.

Jan Broeckx, General Manager

FOCUS

- 2 E-Services Bewakingen*
- 6 Merkenonderzoek in Japan*
- 10 Nieuwe mailadressen en website*
- 11 INTA 2004 in Atlanta*

E-Services Bewakingen: nu ook met on-lineselectie

Om het beheer van uw bewakingsportefeuille te vergemakkelijken, houdt Compu-Mark uw bewakingsinformatie gratis on line voor u bij. Deze E-Services Bewakingen kregen er dit voorjaar enkele belangrijke functionaliteiten bij. Tekst en uitleg krijgen we van Product Manager Sabine Vermuyten.

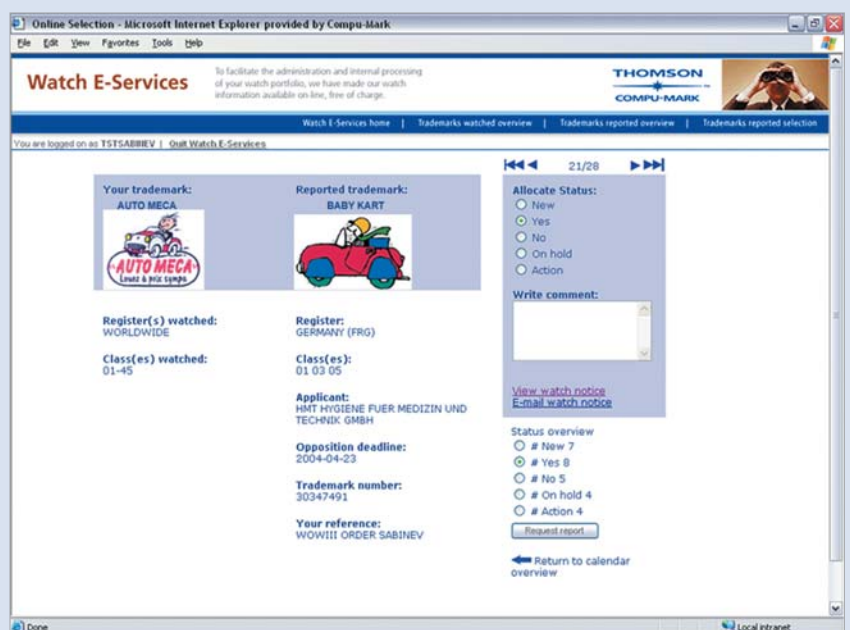
Even recapituleren: wat zijn de E-Services Bewakingen?

'U kon via de E-Services Bewakingen al uw huidige bewakingsportefeuille raadplegen en de gerapporteerde woord- en beeldmerken bekijken. Sinds april bieden wij u nu ook een on-lineselectietool aan. De interne verwerking van uw bewakingsberichten wordt daardoor heel wat eenvoudiger.'

Wat houdt de nieuwe selectietool precies in?

'Telkens wanneer wij nieuwe, mogelijk conflicterende merken ontdekken, sturen we u een e-mail. Als u via www.compu-mark.thomson.com inlogt op de E-Services Bewakingen, ziet u in het selectiegedeelte de nieuwgerapporteerde merken van die dag. In één oogopslag heeft u alle relevante informatie over zowel het bewaakte als het gerapporteerde merk. Dat laat u toe om zeer snel aan elk gerapporteerd merk een status toe te kennen: is onmiddellijke actie vereist, wordt het zeker weerhouden, vraagt het nog enig overleg of is het te verwaarlozen? U kunt het volledige bewakingsbericht ook via een directe link bekijken en in het notaveld uw persoonlijke commentaar toevoegen.'

In de nieuwe on-lineselectietool kunt u een status toekennen aan elk nieuw gerapporteerd merk



Hoe verloopt dan de verdere rapportering?

'Na uw dagelijks selectieproces kunt u meteen een rapport aanvragen: u ontvangt dan per mail alle bewakingsberichten met de status van uw keuze. U kunt dat rapport vervolgens meteen doorsturen naar klanten of collega's, wat een aanzienlijke tijdsbesparing oplevert.'

Vijf grote troeven

1. Alle informatie over bewaakte en gerapporteerde merken is **on line beschikbaar**: u bespaart tijd en kunt dus sneller de nodige actie ondernemen;
2. met de **on-lineselectie** wordt het een stuk makkelijker om uw bewakingsberichten intern te verwerken;
3. mogelijkheid tot **personalisering**: via de *trademarks reported overview*, bijvoorbeeld, kunt u gepersonaliseerde merkenlijsten genereren;
4. uitgebreide **rapporteringsmogelijkheden**: u kunt zowel Excel-sheets als rapporten via e-mail aanvragen, met de bewakingsberichten van uw keuze in attachment;
5. de E-Services Bewakingen zijn een **gratis archiveringsstool**: uw merkeninformatie wordt gedurende een langere periode on line bewaard.

Trademarks watched overview

Raadpleeg uw huidige bewakingsportefeuille

Trademarks reported overview

Bekijk de gerapporteerde woord- en beeldmerken

Trademarks reported selection

Ken een status toe aan alle nieuwgerapporteerde merken en selecteer zo de merken waarvan u een bewakingsbericht wilt ontvangen

Hoe krijgt u toegang tot de E-Services Bewakingen?

Bent u al een gebruiker van de E-Services Bewakingen?

Bij de vernieuwing van onze website www.compu-mark.thomson.com (zie ook bladzijde 10) hebben we een gepersonaliseerde **Client Area** gecreëerd, een beveiligde ruimte die u toegang geeft tot onze elektronische diensten E-Services Bewakingen en SAEGIS. U logt op de client area in met uw paswoord en gebruikersnaam. Als u bij **Enter E-Services** op **Watch E-Services** klikt, komt u automatisch bij de E-Services Bewakingen terecht.

Wenst u gebruik te maken van de on-lineselectietool? Neem dan contact op met onze Klantendienst op het nummer + 32 3 220 72 11.

Gebruikt u de E-Services Bewakingen nog niet?

Vraag dan via onze Klantendienst een gratis gebruikersnaam en paswoord aan. U kunt hen bellen op het nummer + 32 3 220 72 11.

Nieuwe EU-talen en andere wetenswaardigheden over het Gemeenschapsmerk



Kathy Van der Herten

De recente uitbreiding van de Europese Unie is een veelbesproken onderwerp. Toch vestigt Kathy Van der Herten, Product Manager Search, graag uw aandacht op een aantal niet te missen punten. Eén aspect dat u zeker niet uit het oog mag verliezen, is de komst van negen nieuwe officiële EU-talen.

Sinds 1 mei 2004 mogen nieuwe gemeenschapsmerken-depots ook in het Estisch, Hongaars, Lets, Litouws, Maltees, Pools, Sloveens, Slowaaks en Tsjechisch worden ingediend. De tweede taal blijft voorlopig het oude vijftalenregime volgen. Een publicatie vermeldt altijd de twintig officiële talen.

Hoe gaat Compu-Mark daar in de praktijk mee om?

Kathy Van der Herten: 'Wij hebben voor onze rapporten gezocht naar de ideale balans: wij verstrekken u alle nodige informatie zonder u te overladen met extra papier. Dankzij de volgende wijzigingen zijn we daarin geslaagd:

- **De volledige officiële publicatie**, zoals weergegeven in bijvoorbeeld onze woord- en beeldmerkenonderzoeken, beperkten we in het verleden al tot vijf talen: het Engels, Frans, Duits, Italiaans en Spaans. Daaraan raken wij niet.

- Voor **de geüpdate waren- en dienstenlijst** van onze onderzoeken op papier tonen wij altijd de lijst in de taal waarin het merk is ingediend, de taal van het rapport en de computervertaling (indien van toepassing). Vorig jaar beperkten wij al het aantal talen.'

Sinds enkele maanden kunt u voor de gepubliceerde gemeenschapsmerken zelf kiezen welke taal u wenst te zien. Op ons on-lineplatform SAEGIS is sinds de uitbreiding het aantal mogelijke talen verhoogd met 9.

Welk nieuwe EU-landen zijn eigenlijk het actiefst?

Kathy Van der Herten: 'Op basis van het aantal Gemeenschapsmerkendepots tussen 1996 en 2003 mogen we vooral een toevloed van merken uit Polen en Cyprus verwachten. Zij waren allebei goed voor ongeveer een kwart van de 1000 merken die in die periode door de tien bewuste landen werden ingediend. Het kleine Malta staat verrassend op de vijfde plaats met zo'n 8%. Letland is hekkensluiter met slechts vier depots.'

Hoe zit het tot slot met mogelijk gebruiksverbod?

Kathy Van der Herten: 'Ondanks de automatische uitbreiding naar de nieuwe lidstaten zou het kunnen dat u op verzet van individuele landen stuit. Dat betekent niet het einde van het Gemeenschapsmerk maar alleen van de niet-bescherming in die landen. Het BHIM publiceert deze informatie niet. Het is dus belangrijk een nationaal onderzoek te laten uitvoeren voordat u een merknaam lanceert.'

Heeft u nog extra vragen?

Neem dan gerust contact op met onze Klantendienst op nummer + 32 3 220 72 11.

SAEGIS™ verwelkomt Litouwen en Ierland



Inderdaad: we hebben de databank van Litouwen aan SAEGIS toegevoegd. Een nieuwe aanwinst voor de on-lineonderzoeksmarkt! Bovendien is ook Ierland weer van de partij. Na een afwezigheid van enkele jaren kunt u opnieuw on-lineonderzoeken uitvoeren in het land van Saint Patrick. **Dat alles betekent dat de volledige on-linedekking van de EU, via Custom Search en AutoQuery, steeds dichterbij komt.** Intussen werken wij alweer aan nieuwe databanken. Wij proberen die zo snel mogelijk on line te brengen!

Product News: FAQ

Een antwoord op al uw vragen

Hoe snel is een onmiddellijk onderzoek? Kan Compu-Mark vreemde karakters onderzoeken en bewaken? Wat is het verschil tussen een identiek onderzoek en een identical screening search? Vragen die u zich misschien wel stelt wanneer u de producten in onze prijslijst overloopt en die u uiteraard steeds aan onze Klantendienst kunt voorleggen.

Zoals u op bladzijde 10 in deze Question Marks kunt lezen, heeft Compu-Mark sinds dit voorjaar een nieuwe en verbeterde website voor u klaar. Een klassiek maar daarom niet minder belangrijk onderdeel daarvan is de rubriek "Vragen & Antwoorden": een uitgebreid en representatief overzicht van vragen die door de jaren heen aan onze klantendienst werden gesteld.

Vragen & Antwoorden: drie overzichtelijke rubrieken

1. Productvragen
2. Bedrijfsvragen
3. Merken- en IP-vragen

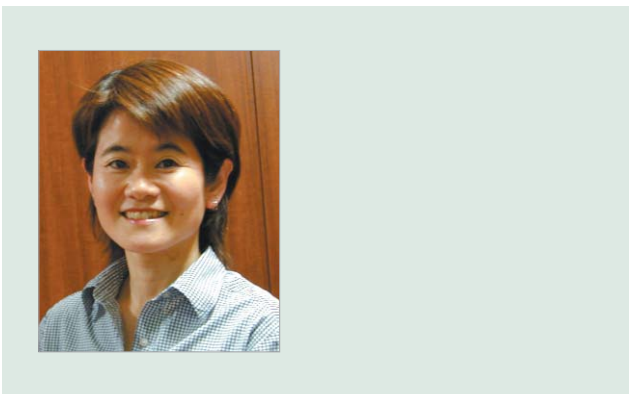
Wij hebben er samen met u dan ook alle belang bij om deze belangrijke bron van informatie up-to-date te houden.

Betekent dit dat de rubriek FAQ in Question Marks verdwijnt? Integendeel, ook in deze nieuwsbrief blijven we actief ons licht werpen op actuele onderwerpen en frequent voorkomende merkenkwesties!

Surf naar www.compu-mark.thomson.com
en klik door naar **Vragen & Antwoorden.**

Merkenonderzoek in Japan: De Japanse Groepscode

door Atsuko Tagaki - Brandy International



Zoals u weet, is Japan aangesloten bij de Nice Classificatie, de Internationale klassenlijst van waren en diensten met het oog op merkenregistratie. Dat neemt niet weg dat het Japanse Patentbureau (JPO) al geruime tijd ook zijn eigen groepering van waren en diensten als criterium heeft. Alle waren/diensten die tot dezelfde groep behoren, worden beschouwd als gelijkaardig. Deze groepering wordt de Groepscode genoemd.

Ook de merkenbureaus van China, Zuid-Korea en Taiwan passen een gelijkaardig systeem toe bij het onderzoek van nieuwe merkdepots.

Volgens het Japanse onderzoekssysteem worden waren/diensten die tot dezelfde Groepscode behoren sowieso beschouwd als gelijkaardig, zelfs als ze op het eerste gezicht totaal verschillend lijken of ze volgens de Internationale Classificatie van Waren/Diensten (ICGS) tot een andere internationale klasse behoren.

Dat kan complex lijken en moeilijk te begrijpen zijn voor wie niet vertrouwd is met het Japanse systeem. Daarom lichten we deze materie wat nader toe.

Japan volgt het 'eerste depot' systeem, waarbij in geval van conflicterende depots deze wordt geregistreerd die als eerste werd gedeponeerd. Het volstaat dat een deposant

aangeeft dat het waarschijnlijk is dat hij het merk gaat gebruiken, er is dus geen 'verplichting tot gebruik'. Dat verschilt sterk van het 'eerste gebruik' systeem, waarbij depositanten moeten verklaren dat ze daadwerkelijk de intentie hebben om het merk effectief voor de aangeduide waren/diensten te gebruiken en waarbij in geval van conflicterende merken deze met het oudste bewijs van gebruik de oudste rechten krijgt toegewezen. Teneinde het risico op conflicterende situaties tot een minimum te herleiden, baseert het JPO zijn onderzoeksstrategie op de gelijkaardigheid van waren volgens de eerder vermelde Groepscode-onderverdeling van de Internationale Classificatie van Waren en Diensten, die de 45 internationale klassen verder onderverdeelt in een 800-tal Groepscodes.

De Groepscode is ingedeeld en opgesteld met het oog op het 'aanvraag tot gebruik'-systeem en het 'plaats van verkoop'-systeem en is volledig van toepassing in de productieve sector, de marketing sector en voor consumentenzaken voor de grondstoffen en de kwaliteit van de producten. Hij houdt ook rekening met de verwantschap tussen afgewerkte producten en hun onderdelen. Daardoor kunt u mogelijk de indruk hebben dat er een kloof bestaat tussen het opzet van het 'aanvraag tot gebruik' systeem en het grondstoffensysteem volgens de internationale classificatiestandaard en de Groepscode.

In die omstandigheden hangen er aan de Groepscode zowel voordelen als nadelen vast.

Laten we eens enkele voorbeelden onder de loep nemen. Zowel 'vooropgenomen videoschijven' (ICGS 9) als 'fotohouders' (ICGS 16) behoren tot de Japanse Groepscode 26D01. Volgens de onderzoeksstandaards van het JPO worden beide waren beschouwd als gelijkaardig. Het voordeel daarvan is dat u aan de hand van de Groepscode gemakkelijk kunt aannemen of gissen welke artikelen gelijkaardig zijn aan de waren van uw keuze. Het gevolg is dat u op voorhand kunt inschatten of het



Jan Van Barel, directeur Kwaliteit, werpt een eigenzinnige blik op de actualiteiten

gebruik van uw waren/diensten in de toekomst bedreigd zou kunnen worden door het merkenrecht van een derde partij.

Maar er zijn, zoals gezegd, ook nadelen aan verbonden. Zo worden 'grote precisiemeetmachines' (ICGS 9 - meet- of testmachines) beschouwd als identiek aan 'meetregels' (ICGS 9 - meet- of testmachines), aangezien ze allebei Groepscode 10C01 hebben. Nochtans hebben ze in de eigenlijke markt vaak een verschillend gebruiksdoel en worden ze via andere distributiekkanalen verkocht.

Zoals u kunt zien, kan het in het Japanse systeem belangrijker zijn dat u de correcte Groepscode van uw waren/diensten kent dan hun internationale klasse, wanneer u Japanse merken onderzoekt of in Japan een depot aanvraagt en zo meer.

Mocht u nog meer willen weten over de Japanse Groepscode, breng dan gerust eens een bezoek aan de 'Industrial Property Digital Library' in de 'Reference Room' op de startpagina van het JPO: www.jpo.go.jp/index.htm.

Beeldmerken: stiefmoederlijk behandeld door de deposanten?

Uit statistieken over het aantal nieuw gedeponeerde merken blijkt dat ongeveer 33% hiervan beeldmerken zijn of figuratieve elementen bevatten. Productie-statistieken vertellen echter een compleet ander verhaal. Op gebied van merkenonderzoek ligt het percentage beeldmerkenonderzoeken op slechts 7,16%, op gebied van bewaking ligt het aantal beeldmerkenbewakingen op slechts 12,18%. Moeten we hieruit besluiten dat deposanten hun beeldmerken of de beeldelementen van combinatiemerken slechts als tweederangsmerken beschouwen?

Het antwoord is zonder enige twijfel bevestigend. De redenen hiervoor moeten voornamelijk gezocht worden in het feit dat destijds beeldmerkenonderzoeken een lagere graad van betrouwbaarheid hadden dan woordmerkenonderzoeken en in de regel werden doorgevoerd op een tijdsbasis met in de meeste gevallen een duurdere prijs. Het aantal conflicten tussen beeldmerken ligt ook gevoelig lager dan het aantal conflicten tussen woordmerken wat de deposanten er toe aanzet een groter risico te nemen.

De situatie is echter gewijzigd. De graad van betrouwbaarheid van beeldmerkenonderzoeken is gevoelig gestegen dank zij een sterk verbeterde technologie en een doorgedreven computerondersteuning. Vele onderzoeksorganisaties, met Compu-Mark in een voortrekkersrol, hebben hun prijzen voor beeldmerkenonderzoek en -bewaking gestandaardiseerd zodat de deposanten niet voor financiële verrassingen komen te staan bij ontvangst van de rekening.

Dit alles ter overweging en misschien is het nuttig of noodzakelijk voor de deposanten de situatie van hun beeldmerken te herbekijken.

JAN VAN BAREL

Oppositie volgens Madrid anno 2004

Ruim een jaar geleden gaf Data Acquisition Manager Bruno Van Treeck u een overzicht van de oppositieprocedures waarmee u rekening moet houden wanneer u in een of meer lidstaten van de Schikking van Madrid en/of het Madrid Protocol bescherming zoekt voor handels- of dienstmerken. Sindsdien is de wetgeving in een aantal landen evenwel grondig gewijzigd. Dat vraagt om een update!

Bruno Van Treeck: 'Voor alle duidelijkheid herinner ik u er even aan dat uw internationale merken onderworpen zijn aan het merkenrecht van de lidstaat waar u bescherming zoekt. 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. Dat is bijvoorbeeld het geval voor het onlangs ingevoerde administratieve oppositiesysteem in de Benelux, waar onderstaande regels van toepassing zijn en waar er een oppositieperiode geldt van twee maanden. Let wel: in eerste instantie en bij wijze van overgang kan er in de Benelux alleen oppositie worden ingediend tegen merkdepots die in minstens één van de internationale klassen 2, 20 en 27 werden gedeponeerd.'

- Voor nationale depots begint de oppositieperiode op de eerste dag van de maand die volgt op de publicatie van het Benelux Merkenblad (Markassiet) waarin het nieuwe depot wordt aangekondigd.
- Voor internationale depots begint de termijn van twee maanden te lopen op de eerste dag van de maand die volgt op de publicatie in de Gazette of International Marks (GIM).

Hiernaast vindt u een geüpdate lijst van de huidige lidstaten van de Schikking van Madrid of het Madrid Protocol met een oppositiesysteem. Nieuwigheden ten opzichte van het overzicht van begin 2003 staan in vetjes.

| | |
|--------------------|--|
| Antigua & Barbuda: | 3 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar |
| Australië: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Benelux: | 2 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM |
| Bhutan: | 1 jaar na publicatie in de GIM |
| China: | 3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM min 1 dag |
| Cuba: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Cyprus: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Denemarken: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| 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 |
| Estand: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Finland: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Frankrijk: | 2 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de ontvangst van de GIM door het INPI |
| Georgië: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Griekenland: | 4 maanden na de 16de van de maand volgend op de publicatie in het nationale merkenblad |
| Ierland: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| IJsland: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Iran: | 30 dagen - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar |
| Japan: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Kenia: | 60 dagen - geen verdere specificaties beschikbaar |
| 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 - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar |
| Moldavië: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |

| | |
|----------------------|---|
| Mozambique: | 60 dagen - geen verdere specificaties beschikbaar |
| Namibië: | 2 maanden - voorlopig geen verdere specificaties beschikbaar |
| Noorwegen: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Polen: | 6 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Portugal: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Roemenië: | 3 maanden na publicatie in de GIM |
| Rusland: | 5 jaar na publicatie in het nationale merkenblad |
| San Marino: | 1 jaar - wordt onderzocht |
| Sierra Leone: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Singapore: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Slovenië: | 3 maanden na publicatie in de GIM |
| Slowakije: | 3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM |
| Soedan: | 6 maanden na publicatie in de GIM (8 maanden voor wie niet in Soedan woont) |
| Spanje: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Swaziland: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Tsjechië: | 3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM |
| Turkije: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Verenigd Koninkrijk: | 3 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| VS: | 30 dagen na publicatie in het nationale merkenblad |
| Zambia: | 2 maanden - geen verdere specificaties beschikbaar |
| Zuid-Korea: | 30 dagen na publicatie in het nationale merkenblad |
| Zweden: | 2 maanden na publicatie in het nationale merkenblad |
| Zwitserland: | 3 maanden na de eerste dag van de maand volgend op de publicatie in de GIM |

We deden er alles aan om u in deze tabel zo volledig mogelijk te informeren. Voor gerichte acties wint u echter het best het advies in van een gespecialiseerde raadgever.



Tijdens de jaarlijkse INTA-meeting in Atlanta werd aangekondigd dat de link tussen het Gemeenschapsmerk en het Madrid Protocol in voege treedt op 1 oktober 2004. Verder kondigde WIPO aan dat Syrië het Madrid Protocol & de Schikking tot Madrid heeft geratificeerd. Ze treden in werking op 5 augustus 2004.

Landenlijst uitgebreid met Verdragen

Naast het bestaande overzicht van de Schikking/het Protocol van Madrid, het geldende Classificatiesysteem en de 8ste Editie van de Nice Classificatie hebben we nu ook een overzicht van de landen die de Verdragen van Nice, Wenen, Den Haag, Locarno en Lissabon ratificeerden.

Wenst u een exemplaar van deze lijst? Surf dan naar www.compu-mark.thomson.com en download daar de lijst.



Nieuwe mailadressen en website

@thomson.com

Sinds 19 april 2004 hebben alle Compu-Mark medewerkers een nieuw mailadres. Zoals u weet, maakt ons bedrijf deel uit van The Thomson Corporation, een toonaangevende leverancier van geïntegreerde informatieoplossingen voor bedrijven en andere professionele klanten.

Alle Thomson-bedrijven krijgen nu een consistent formaat voor hun mailadressen. Dat bevordert de onderlinge communicatie en helpt u om de Thomson-bedrijven beter te herkennen. Om dezelfde reden werden eerder al een uniforme Thomson-logostructuur en huisstijl ingevoerd.

Nieuwe klantendienst mailadressen

customer.support.be@compu-mark.com

→ compu-mark.be@thomson.com

customer.support.fr@compu-mark.com

→ compu-mark.fr@thomson.com

customer.support.uk@compu-mark.com

→ compu-mark.uk@thomson.com

customer.support.it@compu-mark.com

→ compu-mark.it@thomson.com

customer.support.nordic@compu-mark.com

→ compu-mark.nordic@thomson.com

Mails naar de oude adressen worden nog een tijdje doorgestuurd. Toch vragen wij u om uw adresbestanden zo snel mogelijk aan te passen.

www.compu-mark.thomson.com

Ook de Compu-Mark website kreeg op 19 april een opknapbeurt. Alle vernieuwingen stonden in het teken van een groter gebruiksgemak en een ruimere overzichtelijkheid. We willen u namelijk met een minimum aan 'clicks' een maximum aan nuttige informatie bieden.

Op onze vernieuwde webstek vindt u onder meer:

- gedetailleerde informatie over al onze producten;
- handige bestelformulieren en nuttige lijsten;
- onze nieuwsbrieven 'Question Marks' en 'SAEGIS Flash';
- de laatste nieuwtjes.

Client Area

Voortaan kunt u van op de startpagina rechtstreeks inloggen op de Client Area. Zo krijgt u toegang tot onze elektronische diensten E-Services Bewakingen en SAEGIS. Bovendien vindt u er alle lokale contactinformatie voor uw land.

Heeft u al een gebruikersnaam en paswoord voor de E-Services Bewakingen? Dan kunt u nu meteen inloggen op de Client Area.

Nieuwe domeinnaam

www.compu-mark.thomson.com

INTA 2004 in Atlanta: informatief en entertainend

De jaarlijkse conferentie van de International Trademark Association (INTA) had dit jaar plaats in Atlanta. Van 1 tot 5 mei 2004 verzamelden meer dan 6000 merkenspecialisten uit de hele wereld in en rond de Hyatt Regency en Marriott Marquis hotels in het hart van de stad, om deel te nemen aan de grootste conferentie in de merkenwereld.



De gasten op de Compu-Mark party genoten tot ver na middernacht van de mystieke sfeer en de swingende muziek

Nieuwe diensten

Compu-Mark was natuurlijk van de partij en pakte uit met twee blikvangers. De nieuwste versie van de E-Services Bewakingen, onze on-linetool om uw bewakingsportefeuille te beheren, kreeg veruit de meeste belangstelling. Maar ook de nieuwigheden op SAEGIS werden positief onthaald. Bezoekers konden eveneens kennismaken met enkele zusterbedrijven uit de Thomson-groep: Thomson & Thomson, West, Dialog, Sweet & Maxwell en Carswell.

Uniek dansfeest

Traditiegetrouw zorgde Compu-Mark ook voor de nodige ontspanning: samen met de andere Thomson-bedrijven zetten we op dinsdagavond een groots dansfeest op het getouw. In het indrukwekkende 'AmericasMart' werden onze gasten ondergedompeld in een unieke sfeer van speciale lichteffecten en mystieke elementen. Bijna 3000 aanwezigen genoten tot in de vroege uurtjes van de heerlijke buffetten en de swingende muziek van de live band 'Party on the Moon'.

Tot volgend jaar in San Diego!

Question Marks is de nieuwsbrief van Compu-Mark en verschijnt drie keer per jaar.

U vindt deze nieuwsbrief ook terug op onze website: www.compu-mark.thomson.com

Redactie

Sint-Pietersvliet 7, 2000 Antwerpen, België

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

Wilt u zelf een artikel schrijven? Neem dan contact op met Natalie Cauwenberghs.

Heeft u vragen in verband met onze diensten?

Bel dan onze Klantendienst.

Copyright © 2004 Compu-Mark

Site quiz

Heeft u onze vernieuwde site al bezocht? Deze quiz biedt u nog een extra reden om er eens langs te gaan want u vindt er de antwoorden terug op onderstaande vragen? Zoek en win een design peper- & zoutstel!

1. Hoe heet de Japanse zustermaatschappij van Compu-Mark?
2. Hoe heet ons on-lineplatform voor screeningonderzoeken?
3. Waarvoor staat de afkorting KISS?
4. Hoeveel landen/registers omvat de wereldwijde kleurenregio?
5. In hoeveel niveaus is de Gebruiksverificatie van merken beschikbaar?

Oplossing

1. = _____
2. = _____
3. = _____
4. = _____
5. = _____

DE OPLOSSINGEN VAN DE VORIGE QUIZ

Dit is de juiste combinatie van vlaggen en landen:
1-B, 2-I, 3-G, 4-C, 5-D, 6-H, 7-J, 8-E, 9-F, 10-A

De volgende vijf lezers wonnen een fles vanille- of chocoladejenever:

- Mevrouw Elvira Schwentner - Gebro Pharma GMBH - Oostenrijk
- De heer Ronald Pols - Urquhart Dykes & Lord - UK
- Mevrouw Ann-Charlotte Carlsson - Dr. Ludwig Brann Patentbyra - Zweden
- De heer Dr. Wolfgang Börner - Degussa Patente - Duitsland
- Mevrouw Anne Hierholzer - Cabinet Marek - Frankrijk

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

Mevrouw Mijnheer

NAAM: _____

BEDRIJF: _____

ADRES: _____

LAND: _____