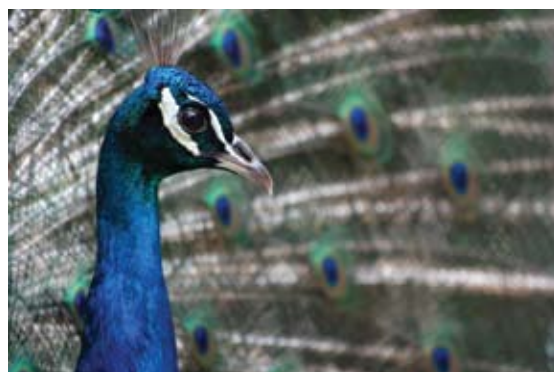


QUESTION MARKS

Lettre d'information

OCTOBRE 2009

CO-ACTEURS DE VOTRE REUSSITE



Dans votre secteur, des outils complets et rapides permettant de faire des balayages et des recherches de similitude et de surveiller votre marque sont les clés de votre réussite. Notre ambition est de nous réinventer constamment afin de continuer à concevoir pour vous des solutions et des produits d'avant-garde.

Nous sommes très fiers de vous présenter dans cette édition SERION™, notre dernier environnement de marque en ligne.

Certains de nos clients ont déjà testé SERION et vous font partager leur enthousiasme en page 3.

Découvrez également notre nouvelle offre In Use et les raisons pour lesquelles toutes les bases de données ne se ressemblent pas.

Bonne lecture.

Jan Broeckx, Directeur Général



Jan Broeckx, Directeur Général

A LIRE ABSOLUMENT :

SERION™ : Un coup d'accélérateur bienvenu
page 3

Le Value Implementation Programme de SERION : notre coup de pouce à votre réussite
page 5

Enquêtes d'usage : Sont-elles vraiment indispensables ?
page 8

Au cœur de la division Data Systems : toutes les bases de données ne se ressemblent pas
page 10



CONTENU

Les dépôts de marques internationales passent la barre du million.....	2
Partagez vos compétences en PI	2
De l'analyse au rapport : un coup d'accélérateur bienvenu	3-4
Bien mieux qu'un simple coup de pouce : Le Value Implementation Programme de SERION™	5-6
Déménagement de nos bureaux au Royaume-Uni	6
Evolution du secteur des marques et nouvelles perspectives : ce qu'en pensent BMM et INGRES	7
Les enquêtes d'usage, votre propre service de renseignements	8-9
Toutes les bases de données ne se ressemblent pas	10-11
Quiz	12

MARQUES INTERNATIONALES DEPOTS DE MARQUES INTERNATIONALES PASSENT LA BARRE DU MILLION

Le nombre des dépôts de marques internationales a atteint le chiffre de un million avec le dépôt, par la société « verte » Grüne Erde, de sa marque dans le système d'enregistrement international des marques de Madrid administré par l'OMPI. Cette marque a été enregistrée en mai dans 26 classes par l'OG Miksovsky & Pollhammer basé à Vienne.

DE UN A UN MILLION

C'est le chocolatier suisse Russ-Suchard & Company qui a déposé la première marque internationale en 1893. Il a fallu attendre près de 93 ans pour que la 500 000ème marque soit déposée en 1986 par la société suisse Sandoz AG (actuellement détenue par la société allemande BASF SE).

15 ans plus tard, soit en 2001, la société allemande microTEC Gesellschaft für Mikrotechnologie mbH dépose la 750 000ème marque suivie cinq ans plus tard par le dépôt de la 900 000ème marque internationale par l'usine chinoise de porcelaine Chaozhou Fengxi Jinbaichuan. Trois ans plus tard, le nombre de dépôts de marques a atteint le million.

UNE AUGMENTATION RAPIDE

Pour Francis Gurry, directeur général de l'OMPI, « La croissance extraordinairement rapide du système d'enregistrement de Madrid au cours des deux dernières décennies reflète l'internationalisation croissante du commerce et la reconnaissance désormais universelle de l'importance commerciale des marques ».

Source: OMPI

PARTAGEZ VOS COMPETENCES EN PI UNE PALETTE D'OPPORTUNITES A VOTRE DISPOSITION

Vous souhaitez partager vos connaissances en PI en rédigeant des articles ou en fournissant des informations ? Voici les possibilités qui vous sont offertes :

LE WIPO JOURNAL

Ce Journal international interdisciplinaire traite des questions mondiales relatives à la PI dans les 184 Etats membres de l'OMPI. Le *WIPO journal: Analysis and Debate of Intellectual Property* (Journal International de l'OMPI : Analyse et échange d'opinions autour de la Propriété Intellectuelle) couvrira les questions juridiques, politiques, économiques et sociales relevant de la PI dans les pays du monde entier. Le rédacteur en chef, le Professeur Peter K. Yu, et le comité de rédaction invitent les auteurs à soumettre des articles sur les

thèmes concernés, particulièrement lorsqu'ils sont sujets à controverse, et les sujets d'actualité.

Le Journal sera lancé en novembre 2009 par Sweet & Maxwell, une société du groupe Thomson Reuters, en association avec l'OMPI.

Pour de plus amples informations sur les instructions relatives aux articles à soumettre et les abonnements, veuillez contacter thewipojournal@thomsonreuters.com ou visiter le site sweetandmaxwell.co.uk/wipojournal.

QUESTION MARKS

Vos articles sur tout sujet lié aux marques seront les bienvenus dans notre lettre d'information. Si vous êtes intéressé, contactez compumark.questionmarks@thomsonreuters.com.

COLOPHON

QUESTION MARKS

Question Marks est la lettre d'information de Thomson CompuMark, destinée à nos clients et nos partenaires d'affaires, et paraît trois fois par an. Vous la trouverez également sur notre site web.

ÉDITEUR

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

RÉDACTRICE EN CHEF

Tine Van Beirendonck

VOS RÉACTIONS

Vos réactions sont très appréciées. Veuillez envoyer vos idées, suggestions et commentaires à compumark.questionmarks@thomsonreuters.com. Vous pouvez également rédiger votre propre article.

VIE PRIVÉE

Si l'une de vos données est erronée ou si vous ne souhaitez plus recevoir d'informations de notre part, veuillez nous en avvertir par écrit à Thomson CompuMark Sint-Pietersvliet 7 2000 Anvers, Belgique ou adresser un e-mail à compumark.database.be@thomsonreuters.com. Pour consulter notre déclaration de respect de la vie privée dans son intégralité, rendez-vous sur compumark.thomson.com/emea/privacy.

Copyright © 2009
Thomson CompuMark



DE L'ANALYSE AU RAPPORT : UN COUP D'ACCELERATEUR BIENVENU

Selon Elizabeth A. Walker, fondatrice et associée principale du cabinet Azure IP LLC à Boston, jamais les clients n'ont eu besoin aussi rapidement de réponses sur la similitude des marques. Face aux nouvelles opportunités et à l'afflux de concurrence engendrés par la globalisation du marché, un grand nombre de clients lancent de nouvelles marques à une cadence effrénée. Dans certains cas, ils doivent faire des recherches sur plusieurs marques pour pouvoir lancer la leur en temps opportun. Comme le dit Mme Walker « Nous devons analyser des rapports de recherche de similitude de marques généralement très volumineux, parfois du jour au lendemain, tout en procédant à une analyse approfondie d'une marque particulière pour évaluer l'exposition du client au risque » .

UN OUTIL EN LIGNE INNOVANT

« Le nouvel Outil d'Analyse sur SERION™ me permet de relever ce défi » poursuit Mme Walker « Ses caractéristiques innovantes m'aident à travailler plus rapidement et plus efficacement » . Conçu à partir des informations fournies par des professionnels qualifiés de la PI, SERION propose un accès intégré facile à la base de données et aux outils de recherche des marques du leader mondial de la branche, Thomson CompuMark. L'Outil d'Analyse est une composante clé de SERION contenant, entre autres, Surveillances, la fonction de recherche par balayage des marques SAEGIS™. « Les rapports de recherche de similitude sont souvent plutôt longs. La possibilité de les réduire rapidement et efficacement aux références les plus pertinentes est vraiment un plus.

Je dois communiquer ces résultats aux clients d'une manière concise et parfaitement claire. Il est incontestable que ce nouvel Outil d'Analyse me permet de le faire bien mieux qu'auparavant » .

Selon Mme Walker, l'Outil d'Analyse offre toute une panoplie de fonctions permettant d'alléger le processus d'analyse des résultats de recherche. « J'apprécie tout particulièrement les fonctions Surbrillance Produits et Surbrillance Titulaire qui permettent de localiser avec précision, simplicité et rapidité les références les plus utiles » . Exclusivité de Thomson CompuMark, ces fonctions mettent en surbrillance les produits et services ou les titulaires spécifiques les plus pertinents et accélèrent votre analyse de marques en veillant à ne laisser de côté aucune information essentielle.

« Les rapports de recherche de similitude sont souvent plutôt longs et je dois pouvoir les réduire rapidement et efficacement aux références les plus pertinentes. Un défi que le nouvel Outil d'Analyse me permet de relever » .

SERION propose un accès intégré simple aux ressources et aux outils de Thomson CompuMark pour effectuer plus facilement des recherches, des balayages, des analyses et protéger les marques. Pour en savoir plus, rendez-vous sur serioninfo.com.

DES RECHERCHES DÉTAILLÉES

« La fonction Web Checks qui permet d'accéder instantanément à tous les éléments d'un enregistrement, est aussi très utile » déclare Mme Walker, qui ajoute que cette fonction est un bon exemple de l'intégration de l'Outil d'Analyse à son volume de travail existant.

SIMPLIFICATION DES RAPPORTS

« Mais le champion incontesté du gain de temps est la fonction de création automatique de rapports de recherche de l'Outil d'Analyse ». En quelques clics, Custom Report Templates permet à Mme Walker d'exporter les résultats pertinents des recherches dans des rapports sous format Excel. « Ces rapports sont virtuellement prêts pour le client qui peut aisément y trouver les références que je lui conseille. Avant l'Outil d'Analyse, la création des rapports était beaucoup plus fastidieuse. Il me suffit maintenant d'exporter les données et mon rapport est quasiment prêt à être rendu ». Avec les modèles de rapport de l'Outil d'Analyse sur Serion, couper-coller les résultats et formater les rapports ne prend plus que quelques minutes, contre une demi-heure auparavant. Outre un modèle par défaut, l'Outil d'Analyse offre la possibilité de créer et de sauvegarder sans effort des modèles personnalisés conçus pour des clients spécifiques et d'y afficher les informations comme ils le souhaitent. « Une fonction très prisée par les assistants juridiques » ajoute Mme Walker.

LE SERVICE AVANT TOUT

Les solutions en ligne de SERION représentent un gain de temps significatif pour un moindre effort, certes, mais elles ne remplacent pas la mission de service personnel que s'est donnée Thomson CompuMark. Comme le souligne Mme Walker « Ces outils en ligne sophistiqués sont vraiment extraordinaires, mais je pourrais difficilement me passer des conseils éclairés de mes interlocuteurs chez Thomson CompuMark. Lorsque je leur pose une question, ils me suggèrent souvent des moyens d'améliorer mes recherches auxquels je n'aurais même pas songé. C'est un service qui n'a pas de prix ».

« Avant d'utiliser l'Outil d'Analyse, créer des rapports était beaucoup plus fastidieux. Il me suffit maintenant d'exporter les données pour pouvoir quasiment rendre le rapport tel quel au client » .

Elizabeth A. Walker est fondatrice et associée principale d'Azure IP LLC, un cabinet juridique qui concentre l'essentiel de ses activités à conseiller ses clients en matière de stratégie de sélection, d'acquisition de développement, de maintien et de respect des droits de propriété intellectuelle, plus particulièrement en ce qui concerne les questions liées aux marques, noms de domaine et copyright. Avant de lancer Azure IP LLC, Mme Walker a été associée des cabinets juridiques K&L Gates LLP et Testa, Hurwitz & Thibault, LLP.

« UN TRAVAIL EN LIGNE EFFICACE, DES RAPPORTS PROFESSIONNELS ET DES CLIENTS SATISFAITS »

« Au lieu de me noyer sous des tonnes de papier, je travaille beaucoup plus efficacement en traitant les résultats en ligne à l'aide de l'Outil d'Analyse. Il me propose un récapitulatif clair de toutes les marques trouvées, que je peux sélectionner simplement. Les différents formats de présentation se valent au point de vue de la qualité, mais j'utilise principalement l'affichage Excel parce qu'il permet d'éditer et de compléter les informations.

On peut parfaitement se contenter d'utiliser les fonctions de base, mais les options plus avancées me permettent d'ajouter un avis dans le rapport. Outre nos propres outils et systèmes internes, nous sommes en mesure de présenter un rapport simple et précis à nos clients » .

**Marleen SPLINTER, Shieldmark.Zacco
(Amsterdam, Pays-Bas)**



BIEN MIEUX QU'UNE AIDE PURE ET SIMPLE LE VALUE IMPLEMENTATION PROGRAMME DE SERION™

Les sociétés ont toutes des flux de travail différents. Un flux de travail constant ne signifie pas nécessairement des rapports clients uniformisés ou une charge de travail moins lourde. Notre Value Implementation Programme permet de rationaliser votre travail et de l'intégrer à SERION, notre nouvel environnement en ligne. Nos experts connaissant parfaitement les différents outils peuvent vous aider à trouver des solutions à vos questions et besoins spécifiques.

UN VOLUME DE TRAVAIL PERSONNALISÉ

Ilse van Haaren : « Le programme a été conçu pour mettre en œuvre l'Outil d'Analyse sur SERION, notre dernière solution en ligne qui permet aux clients de transformer nos rapports de recherche en rapport final plus rapidement, plus facilement et plus efficacement. La formation fait partie intégrante du programme, mais plus encore. Notre programme VIP garantit une mise en œuvre optimale de SERION car nous l'adaptions au flux de travail, aux préférences et aux besoins de chaque client. Thomson CompuMark et le client définissent en concertation le volume de travail de chaque jour et évaluent où et comment SERION peut l'optimiser. Nous proposons au client le flux de travail qui correspond à ses besoins. Ainsi, nous prenons en compte le fait qu'un client ne veuille utiliser l'Outil d'Analyse que pour créer des rapports finaux, ou qu'il ait une manière qui lui est propre d'effectuer son analyse.

Le programme est ensuite soumis aux décideurs. Enfin, tous les futurs utilisateurs de SERION suivent une formation groupée pour le volume de travail personnalisé.

Le suivi, quant à lui, est l'élément final et essentiel de notre programme. Que ce soit individuellement ou en petits groupes, toutes les questions de l'utilisateur du programme recevront une réponse approfondie si nécessaire. Que rajouter à cela ? »

UNE QUESTION D'AVANTAGE ET DE CONFIANCE

Tom Terryn : « Les clients qui travaillent en ligne et cherchent un moyen d'optimiser et d'accélérer le processus de recherche des marques bénéficient de ce programme. Il est particulièrement utile pour les sociétés qui n'ont pas un flux de travail constant et qui ont besoin d'une collaboration plus étroite ou d'uniformiser les rapports finaux. Dans ce cas, nous demandons au client de nous indiquer son flux de travail et de préciser les composants fixes et les éléments à améliorer » .

UNE FORMATION SUPPLEMENTAIRE ADAPTEE A VOS BESOINS

Comme l'explique Veronique Van Hooydonk : « Nous adaptons le programme aux besoins du client. En conséquence, la durée du programme de deux jours peut être modifiée en fonction de ces besoins, du nombre d'utilisateurs qui ont besoin d'un suivi individuel



Ilse van Haaren, Consultante,
Services de Mise en œuvre

ou d'une formation supplémentaire sur Surveillances sur SERION. Par exemple, une formation groupée exige la présence de tous. Le reste du temps est conçu pour les formations individuelles ou en petits groupes. De cette manière, l'emploi du temps individuel n'est pas entièrement bloqué » .

LAISSEZ-NOUS VOUS GUIDER

Tom Terry : « En matière d'optimisation de votre flux de travail, le programme VIP de SERION garantit les meilleurs résultats. Que le client souhaite travailler à la fois en ligne et sur papier ne pose aucun problème ; nous vérifierons l'efficacité de l'interaction. Inutile de perdre du temps à essayer de créer votre modèle idéal. Nous formons tous les utilisateurs pour les aider à créer des rapports finaux uniformisés en un temps record. C'est une boîte à outils. Tandis que la formation vous apprend à utiliser les outils, le programme VIP veille à ce qu'ils soient rangés exactement dans l'ordre où vous en avez besoin.

Vous saurez exactement quel outil utiliser et à quel moment. Après tout, utiliser un marteau pour peindre ne donne pas de bons résultats » .

SERVICE ET SOLUTIONS

Veronique Van Hooydonk : « Nous avons regroupé toute notre expérience en matière de conseil et de formation dans ce programme unique. Avec SERION, nos solutions en ligne passent à un stade supérieur. Et le Value Implementation Programme optimise la qualité de notre service » .

EN QUOI CONSISTE EXACTEMENT LE VALUE IMPLEMENTATION PROGRAMME ?

- Analyse du volume de travail en cours pour passer d'un rapport fourni par Thomson CompuMark au rapport final destiné au client, afin de rechercher comment SERION peut simplifier ces activités.
- Vérification des besoins en informatique avec le service IT.
- Un projet de flux de travail personnalisé par SERION en fonction des besoins du client.
- La présence d'un consultant dans les bureaux du client pendant toute la durée du programme.
- Une formation regroupant tous les utilisateurs.
- Un suivi individuel de 45 minutes par utilisateur.
- Un rapport final reflétant toutes les conclusions relatives au volume de travail et à la mise en œuvre de SERION.
- Appel de suivi de l'interlocuteur désigné dans un délai convenu.



Tom Terry, Consultant, Services de Mise en œuvre



Veronique Van Hooydonk, Consultante, Services de Mise en œuvre

DEMEMAGEMENT DE NOS BUREAUX AU ROYAUME-UNI NOUVELLE ADRESSE

Nos bureaux de Londres ont déménagé mi-août 2009. Voici les nouvelles coordonnées :

77 Hatton Garden
London EC1N 8JS
Numéro de téléphone : 020 7433 4550
Numéro de télécopie : 020 7433 4530

L'adresse e-mail reste inchangée : compumark.uk@thomsonreuters.com





EVOLUTION DU SECTEUR DES MARQUES ET NOUVELLES PERSPECTIVES REFLEXIONS DE BMM ET D'INGRES

L'industrie des marques est en constante évolution. Tant la conjoncture économique que l'harmonisation européenne ont modifié la profession et le secteur des marques. Nous avons demandé à Christoph Gasser, Secrétaire Exécutif d'INGRES et à Katia Manhaeve, Présidente de BMM, d'exprimer leur opinion et de communiquer les dernières tendances.

DU 'DEPOT DE MARQUE' AU 'CONSEIL JURIDIQUE'

Selon Christoph Gasser : « Le simple rôle traditionnel d'un 'mandataire chargé de l'enregistrement des marques' s'oriente de plus en plus vers la mise en œuvre d'un service à temps plein de conseil juridique en droit des marques, y compris la rédaction des contrats, et même la gestion des litiges. Inversement, les cabinets juridiques traditionnels ont lancé ou considérablement étendu leurs activités de dépôt. La distinction classique entre mandataire chargé du dépôt de marques d'une part, et les avocats chargés des litiges d'autre part, est en train de s'estomper. Très souvent, les clients privilégient le 'tout en un' ».

Katia Manhaeve estime que « le rôle principal des mandataires ne se borne plus à l'enregistrement des marques, mais à apporter une valeur ajoutée, ce qui signifie donner des conseils stratégiques, collaborer à la planification et à la gestion internationales des portefeuilles PI et conclure des procédures d'opposition, basés sur une connaissance profonde des activités des clients ».

UNE COMPLEXITE CROISSANTE

Katia Manhaeve : « Le secteur a constaté une augmentation de l'externalisation des activités de dépôt et d'enregistrement des entreprises. Simultanément, les problèmes sont devenus de plus en plus complexes, les demandes d'assistance à cet égard sont en constante augmentation. La focalisation sur « une vie plus saine » a entraîné, dans les domaines de l'alimentation et de la santé, la promulgation de lois qui ont un impact direct sur les marques et les communications y afférentes. Une autre tendance constatée concerne l'évolution d'une multitude de nouveaux domaines à l'initiative de l'ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) ».

Selon Christoph Gasser : « Le nombre de clients locaux dont nous gérons l'ensemble du portefeuille ne cesse de croître, tandis que les activités de dépôt relatives aux clients étrangers déclinent virtuellement. Pourquoi ? En raison d'une législation européenne plus formelle et plus positive et de la mondialisation. Cette tendance peut être compensée dans une certaine mesure par une croissance économique générale ».

UNE PRUDENCE ACCRUE

Katia Manhaeve : « La prise de conscience des coûts est la clé de tout. Les entreprises font preuve d'une plus grande prudence, déposent moins de marques et intentent moins de procédures. Pour résumer, elles s'efforcent d'obtenir les mêmes résultats qu'auparavant avec moins de moyens financiers. L'évolution de la conjoncture économique a entraîné une focalisation sur certaines questions de stratégie, telles que le mode de commercialisation des produits ou le recours à l'externalisation, qui fait partie intégrante de la stratégie de gestion de la PI des entreprises. Les sociétés ont également de plus en plus recours à la publicité comparative pour commercialiser leurs produits ».

Christoph Gasser : « La crise économique est évidente. Nos membres constatent qu'au moins certains de leurs clients font preuve d'une plus grande prudence en termes de dépôt et de renouvellement de marques. Ils attendent la prochaine relance économique pour réaliser leurs projets ».

Le bureau suisse de la propriété intellectuelle **INGRES** (*Institut für gewerblichen Rechtsschutz*) fondé à Zurich en 1985 compte désormais plus de 400 membres. Chaque année, INGRES organise plusieurs conférences par an sur des thèmes inhérents au droit suisse et européen en matière de propriété intellectuelle et coopère avec les autorités législatives.

L'Association **BMM** (*Benelux Association for Trademark and Design Law*) fondée en 1974 compte près de 630 membres. Outre la création d'opportunités d'un maillage de réseaux et la promotion des activités de ses adhérents, l'association leur propose des formations et des séminaires. BMM fournit également des conseils pratiques et juridiques sur l'application des nouvelles lois.



LA DISCRETION A VOTRE SERVICE LES ENQUETES D'USAGE : SONT-ELLES VRAIMENT INDISPENSABLES ?

Trouver un nom original pour un nouveau produit est une entreprise de plus en plus ardue. Vous courez le risque que la marque que vous voulez déposer existe déjà, ou de devoir vous défendre dans un dossier d'opposition. Si vous parvenez à prouver qu'une marque particulière est inactive, vous disposez peut-être d'un motif d'annulation. L'expérience nous a appris que plus de la moitié des marques déposées sont inactives.

Bien entendu, vous pouvez envisager de mener votre propre enquête. Mais comment fait-on exactement pour obtenir un rapport fiable dont la qualité corresponde à la norme fixée par Thomson CompuMark pour ses enquêtes d'usage ? Voici comment ça se passe.

UNE MULTITUDE DE RESSOURCES

Nos enquêteurs consultent des ouvrages de référence, contactent discrètement un certain nombre de personnes qui travaillent pour le titulaire de la marque, écumant Internet, consultent des organisations cadres et procèdent à des études de marché approfondies auprès des distributeurs et des points de vente. Ils rassemblent également des informations provenant du registre du commerce, des bases de données et des magazines relatifs au produit. Le recoupement de sources diverses nous permet de savoir avec un degré de certitude élevé si une marque est en usage. Toutes les informations disponibles et leurs sources figurent clairement dans le rapport.

DES INFORMATIONS FIABLES

Tout d'abord, parce que les informations relayées par Internet ne sont pas toujours exactes ni récentes, nous contrôlons systématiquement divers moteurs de recherche en utilisant des méthodes très spécifiques. Les moteurs de recherche tels que Google, sont incapables d'extraire des informations des couches profondes des sites web. Nos enquêteurs ont été formés à déceler les détails les plus infimes.

Assez régulièrement, ils tombent sur des sites qui semblent indiquer l'usage d'une marque alors que ce n'est pas le cas. D'un autre côté, ce n'est pas sur l'Internet qu'ils trouveront la preuve de l'usage d'une marque, mais sur le marché.

En second lieu, il ne suffit pas de vérifier Internet. Lorsque nous effectuons les enquêtes d'usage In Use Verification et In Use Examination, nous vérifions également des sources en ligne auxquelles les moteurs de recherche n'ont pas accès.

« L'expérience nous a appris que plus de la moitié des marques déposées sont inactives » .

DISCRETION

Les titulaires des marques restent incontestablement la meilleure source d'information et constituent une aide inestimable pour évaluer le risque. Nos enquêteurs savent contacter le titulaire et ou le distributeur de la marque sans éveiller leur suspicion. La discrétion est la pierre angulaire de la réussite de l'enquête. Il arrive que des clients prennent contact avec nous après un entretien infructueux avec le titulaire de la marque. Nos chances d'obtenir les informations nécessaires sont alors réduites parce que le titulaire, alerté, se méfie de tous les appels concernant sa marque.

« Le rapport In Use Examination était complet et tirait des conclusions claires. La longue liste de sources indépendantes qui avaient été contrôlées, les preuves jointes en annexe formaient un ensemble très impressionnant » .

Eric Bakker, Associé de Bakker & Verkuijl, Pays-Bas

DES PROFESSIONNELS HAUTEMENT QUALIFIES

Même si vous êtes prêt à prendre le risque, vous pouvez gagner du temps et des efforts en nous confiant cette mission. Nos enquêteurs sont expérimentés, ils possèdent des qualités et des méthodes spécifiques et ont été formés à récolter sans éveiller de soupçon le maximum d'informations dans le plus bref délai possible. Tous parlent plusieurs langues. Ils se tiennent en permanence au courant des dernières tendances et des nouveaux développements sur Internet et leur compétence en matière de recherche est toujours au plus haut niveau.

LE MONDE A VOTRE PORTE

Notre équipe se compose de 14 enquêteurs anonymes spécialisés, répartis dans divers Sièges en Europe ; elle garantit les meilleurs résultats pour des registres particuliers dans la Zone Européenne. Pour les autres pays, vous pouvez vous fier aux In Use Investigations réalisées par nos partenaires locaux, triés sur le volet.

RAPIDITE ET ADAPTABILITE

Les enquêtes peuvent être personnalisées en fonction des souhaits de vos clients. Par exemple, nos employés sur place peuvent acheter des produits, visiter des points de vente ou prendre des photographies. Pratiquement, la seule limite est le respect de la légalité. Selon les besoins des clients, les enquêtes peuvent prendre 2, 5 ou 10 jours ouvrés.

« J'apprécie au plus haut point la rapidité du nouveau service.

Mon client avait besoin d'une réponse rapide pour pouvoir poursuivre son projet » .

Tobias Preis, Associé de Kern Preis Zindel Rechtsanwälte, Allemagne

THOMSON COMPUMARK PROPOSE DES NOUVELLES ENQUETES D'USAGE

IN USE EXPRESS SCAN

Cette enquête, qui comprend un entretien avec le titulaire et une analyse en profondeur de ses sites web, fournit en 48 heures seulement une indication claire sur l'usage d'une marque.

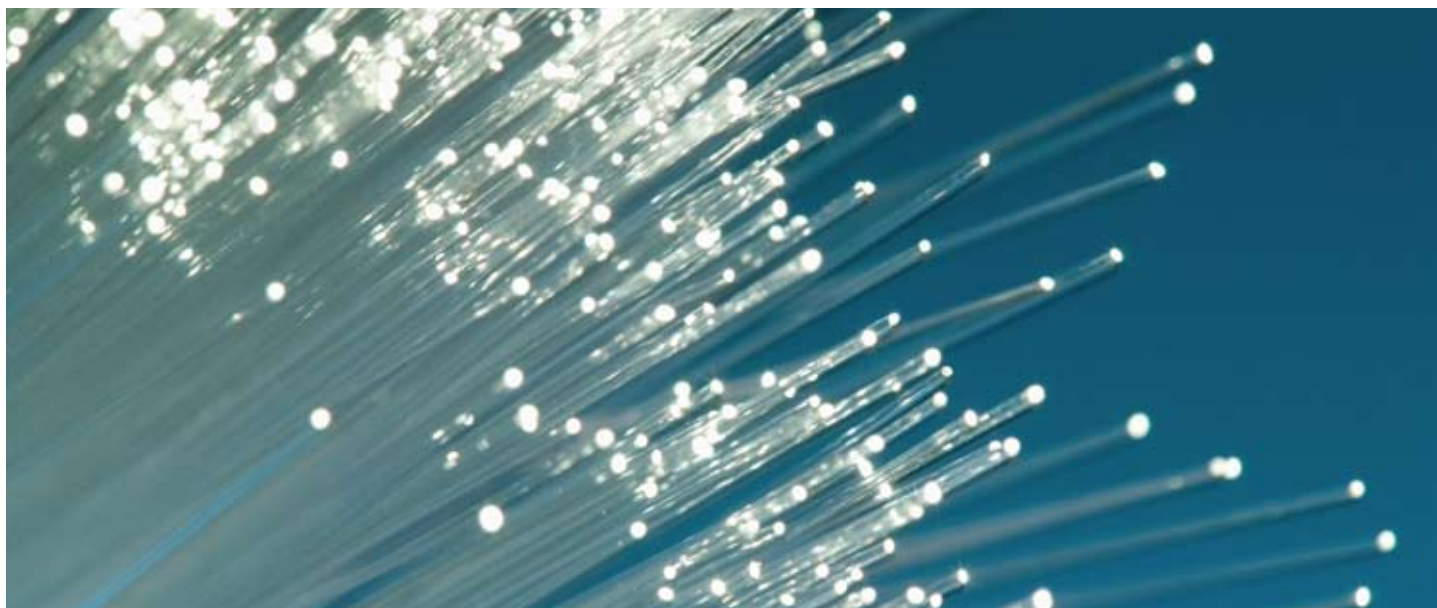
IN USE VERIFICATION

Analyse approfondie comportant la vérification d'informations supplémentaires en provenance d'autres sites web et le recoupement des résultats.

IN USE EXAMINATION

Enquête approfondie, portant sur la consultation d'un maximum de sources indépendantes ou professionnelles pour confirmer ou infirmer l'usage supposé d'une marque. Possibilité d'inclure des demandes ou questions supplémentaires. Le rapport final contient des informations exhaustives sur le titulaire de la marque.

Pour en savoir plus, contactez notre service client pour demander une brochure d'informations ou rendez-vous sur le site compumark.thomson.com.



TOUTES LES BASES DE DONNEES NE SE RESSEMBLENT PAS DANS LES COULISSES DE LA DIVISION DATA SYSTEMS

Il est possible d'accéder à un très grand nombre de bases de données concernant les marques, que ce soit en ligne ou en faisant appel à des fournisseurs professionnels. Depuis plusieurs décennies, Thomson CompuMark a acquis une solide réputation en la matière. En quoi nos bases de données se distinguent-elles de leurs concurrentes pour vous garantir la qualité irréprochable de nos services et de nos recherches ?

Entretien avec Gie Jochems, Directeur de la division *Data Systems*, Geert Van Pelt, Directeur adjoint de la division *Data Systems* et Bruno Van Treeck, Responsable de l'Acquisition de Données.

QUEL EST LE DEGRE DE FIABILITE DES DONNEES ?

Bruno Van Treeck : « Nous pouvons garantir que toutes les données concernant les marques sont complètes et disponibles en temps voulu grâce à une excellente coopération, approfondie, avec les autorités compétentes. Relativement aux pays qui ne publient aucun document officiel sur les marques, nous obtenons des informations fiables en utilisant le réseau que nous avons constitué au fil des ans. Dans le monde entier, des correspondants et des spécialistes des marques locaux parfaitement fiables mettent leur compétence à notre disposition » .

QU'EN EST-IL DE LA RAPIDITE ET DE LA PRECISION DES INFORMATIONS ?

Bruno Van Treeck : « Tout dépend de la réception en temps opportun des informations nécessaires sur les marques ; elles proviennent de sources différentes : publications officielles de plus de 200 pays, données publiées sur Internet, fichiers électroniques ...

Actuellement, la majorité des informations sont obtenues électroniquement, ce qui nous permet d'actualiser encore plus rapidement notre base de données et de fournir plus vite les informations les plus précises à nos clients » .

QUE SE PASSE-T-IL EN CAS DE PROBLEME ?

Bruno Van Treeck: « Une supervision et un suivi constants des informations relatives aux marques jouent un rôle essentiel. Des circonstances indépendantes de leur volonté empêchent certains pays de fournir ces informations en temps opportun. Il arrive que les informations ne soient pas utilisables parce qu'elles ont été altérées au cours du transfert. Dans ces cas, nous vérifions s'il est possible de reconduire la période d'opposition et d'adopter d'autres mesures » .

COMMENT GEREZ-VOUS LA COMPLEXITE DE PLUS EN PLUS MARQUEE DE LA DIVISION DATA SYSTEMS ?

Gie Jochems : « Les PTO (*Patent and Trademark Offices*) modifient parfois leurs systèmes rapidement, sans transition. Cela ne pose pas de problèmes à nos services qui assurent un suivi approprié. En cas d'anomalie, même minime, l'équipe consulte le spécialiste local. Nos experts se servent de nos informations pour résoudre les problèmes grâce à leur parfaite connaissance de la législation et des registres nationaux » .

POURQUOI VOULOIR POSSEDER SES PROPRES BASES DE DONNEES ?

Gie Jochems : « C'est l'une des priorités de Thomson CompuMark. Plus nous posséderons de bases de données, plus nous pourrons en contrôler l'exactitude, y intégrer des traductions, en valider le contenu et



Bruno Van Treeck, Responsable de l'Acquisition de Données



Gie Jochems, Directeur de la division *Data Systems*

effectuer des recoupements avec d'autres sources. Les erreurs sont immédiatement rectifiées. Des experts locaux transcrivent les informations fournies en caractères grecs, coréens, cyrilliques, arabes, chinois, japonais, thaïlandais et hébreux en caractères latins. Cette politique présente un autre avantage : si nous nous chargeons de l'intégralité des enquêtes, nous sommes en mesure de livrer les résultats plus rapidement » .

ET LES MODIFICATIONS ?

Geert Van Pelt : « La division *Data Systems* recueille les informations traitées dans les bases de données. Il rassemble plusieurs sections capables de répondre à des modifications urgentes, parfois inattendues. Près de 30 spécialistes polyglottes ont suivi une formation interne d'au moins 6 mois » .

DE QUELLE MANIERE VERIFIEZ-VOUS LES NOUVELLES SOURCES ?

Geert Van Pelt : « Nos spécialistes en gestion de la publication sont chargés de l'enregistrement de chaque publication reçue et du contrôle total de sa teneur. Les analystes vérifient si les informations sont fournies dans les délais requis et si chaque élément est conforme aux exigences de Thomson CompuMark en matière de qualité. Les législations nationales sont toujours prises en compte. La date d'opposition est calculée en tenant compte des week-ends, des jours fériés et du pays d'origine » .

CES INFORMATIONS SONT-ELLES VRAIMENT FIABLES ?

Geert Van Pelt : « Après avoir été enregistrée et contrôlée, chaque publication est numérisée pour pouvoir en extraire les images et les textes. Un système unique que nous avons développé permet d'indexer et de traiter les éléments verbaux et graphiques dans la base de données. L'analyste attribue un numéro de code à chaque élément figuratif conformément à la classification de Vienne. Il décide si un élément texte est faible ou non. Les outils modernes, tels qu'un récapitulatif des mêmes marques dans d'autres bases de données et des dictionnaires électroniques intégrés sont très utiles. Finalement, l'équipe vérifie une dernière fois si l'information est complète. Ces versions vérifiées sont alors contrôlées pour détecter toute erreur et la rectifier immédiatement. »

ET LE CONTROLE DE QUALITE ?

Gie Jochems : « Grâce à l'informatisation de haut niveau et à des logiciels spécifiques à chaque division, le traitement des données n'a jamais été plus rapide et plus précis. Le contrôle de Qualité garantit la qualité globale. Cette division est le point central où aboutissent toutes les questions, internes et externes, sur la teneur et la validité des données informatiques. Les membres du Service Qualité travaillent indépendamment des autres services de la division. Ils sont chargés de vérifier la fiabilité des données de chaque registre, de vérifier aléatoirement les indexations réalisées par les analystes et de superviser l'introduction correcte des informations dans les bases de données » .

ET ENSUITE ?

Geert Van Pelt : « Notre Equipe responsable de la Teneur des Marques est constamment à la recherche de nouvelles opportunités et bases de données. En 2008 et 2009 nous avons lancé 7 nouvelles bases de données : Estonie, Slovaquie, Chine (marques en vigueur et marques en attente d'enregistrement), Brésil, Turquie, Nouvelle Zélande et Argentine » .



Geert Van Pelt, Directeur adjoint de la division *Data Systems*

L'ARGENTINE A VOTRE PORTE NOUVEAU SUR SAEGIS™ SUR SERION™

Au 21ème siècle, l'Argentine offre des perspectives intéressantes pour les sociétés vouées à la mondialisation. Sa population globale (près de 40 millions d'habitants) la place au troisième rang en Amérique latine et au trentième sur le plan mondial.

L'intérêt et l'importance du marché argentin donnent lieu à un nombre élevé de dépôts de marques. Fin 2007, le nombre total de marques en Argentine s'élevait à 1,3 million, auquel s'ajoutent 65 000 nouvelles marques chaque année.

Contrairement à la majorité des autres pays dans lesquels les marques sont déposées dans plusieurs classes de produits ou de services, les marques argentines ne sont enregistrées que dans une seule classe de produit ou de service. 1,3 million de marques déposées dans une classe unique correspondent donc à près de 700 000 marques multi-classes dans d'autres bases de données de marques.

Eu égard à ce qui précède, et parce qu'elle complète idéalement la base de données de marques existant déjà pour le Brésil, Thomson CompuMark vient d'introduire en ligne sa base de données pour l'Argentine pour les recherches de balayage de marques. Elle vous permet, comme dans la majorité de nos bases de données en ligne, de rechercher par balayage toutes les marques, actives et dormantes, des 3 dernières années.

QUIZ

SLOGANS CELEBRES POUR VOITURES DE LEGENDE

Quel slogan de constructeur associez-vous à l'élément de marque figurative suivant :

Testez vos connaissances. Indiquez la lettre correspondante à chaque slogan et gagnez peut-être une agréable surprise.

Beauty is not enough: ...

Born to perform: ...

The Ultimate Driving Machine: ...

Simply Clever: ...

Live the pleasure: ...

There is No Substitute: ...

a.



d.



b.



e.



c.



f.



SOLUTIONS DU DERNIER QUIZ

Chaque article entrain dans la classification de Nice suivante :

Lunettes de soleil : 9

Ecran solaire : 3

Sparadrapp : 5

Maillots de bain / slips de bain : 25

Ballon de plage : 28

Les cinq lecteurs suivants vont recevoir leur cadeau :

Mme Stephanie Missotten - Solvay SA - Belgique

Mme Lucy Lennon - IP&B Consulting srl - Italie

Mme Sue Wycherley - Marks & Clerk LLP - Royaume-Uni

Mme Inga Tings - Grünenthal GmbH - Allemagne

Mme Urszula Cieslik - Georgia Pacific - Luxembourg

Adressez vos réponses à compumark.questionmarks@thomsonreuters.com ou faxez-les au +32 3 220 73 90.

Madame Monsieur

Nom: _____

Firme: _____

Adresse: _____

Pays: _____