



TIM CHRISTIAENS
timemanager

Alle bedrijfstoepassingen in één scherm

Voor zowat elke bedrijfstoepassing bestaat een waaier van applicaties. Het gevolg is dat heel wat ondernemingen de ene na de andere tool invoeren zonder een gebruiksvriendelijke interface. Om dat probleem te verhelpen lanceren de Vlaamse productontwikkelaars van November Five de app Spencer.

De makers willen een uitweg bieden voor de doolhof aan tools. Uit een studie van Forrester, een Amerikaans marktonderzoeksbureau, blijkt dat 62 procent van de werknemers taken uit-

stelt waarvoor ze op meerdere platformen moeten inloggen. Spencer heeft daarom een digitale assistent ontwikkeld die alle applicaties samenbrengt. De tool is volledig mobiel. Spencer speelt zo in op de voorspelling van Gartner Predictions dat 70 procent van alle bedrijfsgerelateerde interacties in 2021 mobiel zal verlopen.

Als u de applicatie opent, verschijnt een overzicht van alle geïmplementeerde tools en de bijbehorende actuele informatie, zoals agenda's, verkoopcijfers, het aantal vakantiedagen en beschik-

bare vergaderlokalen. "Dankzij een modulaire benadering kan elke bedrijfsapplicatie worden verbonden met de Spencer-omgeving. Zo ontstaat een uitgebreide en gebruiksvriendelijke toolkit", zegt Maarten Raemdonck van Spencer. Grote bedrijven zoals Telenet, Proximus en het baggerbedrijf DEME hebben de app met succes getest. Het bedrijf wil binnen afzienbare tijd ook een kmo-versie lanceren. ©

De auteur is timemanager bij The Time Management Company.

Juridisch

CARINA GOMMERS

advocaat-partner Hoyng Rokh Monegier



HET VOORDEEL VAN EEN BEKEND MERK

Ik voer al enkele jaren handel onder een merk in de Benelux en stel me de vraag wanneer je kunt spreken van een bekend merk en welke bijzondere rechten dat meebrengt?

Een bekend merk geniet een ruimere bescherming. Het kan zowel optreden tegen het gebruik van een identiek of overeenstemmend teken voor soortgelijke goederen of diensten als voor niet-soortgelijke goederen of diensten. Een merk als Coca-Cola is dus ook beschermd als een ander bedrijf het merk voor een heel ander product dan fris-

dranken wil gebruiken. Bovendien hoeft er bij bekende merken geen risico te zijn op verwarring bij het relevante publiek. Daardoor kun je sneller tot een inbreuk besluiten. Als iemand een merk wil aanvragen dat overeenstemt met het bekende merk, kan de merkhouder daar onmiddellijk tegen optreden. In een recente zaak besliste de kamer van beroep van het

Europese merkenbureau dat Apple zich terecht verzette tegen de vennootschap Pear Technologies Ltd, die een gestileerde peer als EU-merk had aangevraagd voor onder meer computers en software.

Die zaak toont aan hoe ruim de bescherming kan worden. De kamer van beroep merkte op dat hoewel appels en peren verschillen, het relevante publiek bij het zien van een logo van een gestileerde peer toch onmiddellijk de link legt met Apple, dat een gestileerde appel als merk voert. Daardoor kon Pear Technologies

meesurfen op het succes van Apple, wat niet toegelaten is.

Om in aanmerking te komen voor de ruimere bescherming moet de merkhouder wel aantonen dat zijn merk bekend is. Voor merken als Coca-Cola en Apple zal dat snel worden aanvaard, maar ook minder bekende merken kunnen in aanmerking komen voor de ruimere bescherming. De rechtspreek kijkt daarvoor naar criteria zoals het marktaandeel, de geografische uitgestrektheid van het gebruik, de intensiteit en de duur van het gebruik. ©

Hebt u een juridische vraag voor onze experts? Stuur een e-mail naar benny.debruyne@trends.be.