



Funded by
the European Union

DORACAK PËR MARKAT TREGTARE



Pjesa e I-rë: Konceptet kyçe	2
1. Çfarë është marka tregtare?	2
2. Shembuj të markës tregtare	3
3. Përse janë të dobishme markës tregtare?	5
	5
Pjesa e II-të: Validiteti	
1. Kërkesat absolute	6
2. Kërkesat relative	6
3. Praktikant më të mira të përdorimit të markës tregtare	10
	12
Pjesa e III-të: Mbrojtja	
1. Mbrojtja e markës tregtare në Kosovë	13
2. Mbrojtja e markës tregtare jashtë vendit	13
	14
Pjesa e IV-të: Korniza ligjore	
1. Ligji	16
2. Legjislacioni sekondar	16
	16
Pjesa e V-të: Komercializimi dhe zbatimi i markes	
1. Komercializimi i markës tregtare	16
2. Shkeljet e markës tregtare dhe mjetet juridike	16
	18
Pjesa e VI-të: Mjetet e fundit	
1. Marrja e ndihmës/ kontaktet	20
2. Faqet e dobishme të internetit	20
	20

Qëllimi i këtij Doracaku:

Objektivi i përgjithshëm i këtij Doracaku është që të rrisë ndërgjegjësimin e bartësve të të drejtave dhe popullatës në përgjithësi për rëndësinë e markave tregtare për zhvillimin dhe rritjen e biznesit të tyre.

Pjesa e I-rë

Konceptet kyçe

Çfarë është marka tregtare?

Në realitet, përkufizimi zyrtar i markave tregtare mund të gjendet në nenin 5 të Ligjit për Markat Tregtare të Kosovës (Nr. 04 / L-026) dhe është pak më kompleks se kaq. Markat tregtare në fakt përcaktohen si “shenjë e cila mund të përfaqësohet grafikisht, veçanërisht fjalët, duke përfshirë emrat personal, modelet, shkronjat, numrat, formën e mallrave ose paketimin e tyre, ngjyrat si dhe kombinimet e të gjitha më sipër me një kusht që mallrat ose shërbimet e një ndërmarrje mund të dallohen nga ndërmarrjet e tjera”.

Sidoqoftë, substanca nuk ndryshon: markat tregtare janë emri që ju përdorni dhe mbroni për të dalluar produktet dhe shërbimet tuaja nga ato të konkurrentëve tuaj. Ato janë gjithashtu emri me të cilin konsumatorët u referohen produkteve dhe shërbimeve tuaja.

Në këtë kontekst, individët dhe kompanitë mund të zotërojnë disa marka tregtare: sa herë që ata vijnë me një produkt të ri ose një shërbim të ri, krijohet një emër për ta dalluar atë. Emri i tillë është një markë e mundshme tregtare e cila, për këtë arsye, duhet të jetë në përputhje me të gjitha kërkesat ligjore në mënyrë që të jetë e regjistrueshme.

Shembuj të markave tregtare

Ekzistojnë lloje të ndryshme të shenjave. Shpesh shenjat përbëhen nga fjalë, dhe ato njihen si “shenja fjalësh”. P.sh.:

- Ju lutemi shtoni 1-2 shembuj të paharrueshëm
- SAMSUNG ®
- MERCEDES ®
- COCA-COLA ®
- ROLES ®

Sidoqoftë, markat tregtare shpesh përbëhen nga logot, ose simbolet. Për shembull:



Herë të tjera, markat tregtare përmbajnë të dyja fjalët dhe logot. Këto njihen si “shenja komplekse”. P.sh:



Ndonjëherë edhe forma të veçanta mund të mbrohen si marka tregtare. Këto janë të ashtuquajturat “shenja 3-D”. P.sh:



Pse janë të dobishme markat tregtare?

Siç u përmend, funksioni kryesor i markave tregtare është të dallojnë produktet dhe / ose shërbimet e një ndërmarrjeje (personi fizik ose një kompanie) nga ato të ndërmarrjeve të tjera. Përveç kësaj, markat tregtare gjithashtu ndihmojnë konsumatorët të identifikojnë burimin e produkteve dhe / ose shërbimeve.

Me pak fjalë, markat tregtare u mundësojnë klientëve të zgjedhin produktet ose shërbimet që dëshirojnë të blejnë

Avantazhi kryesor i markave tregtare është se, pasi të regjistrohen, ato ofrojnë të drejta ekskluzive për pronarët e tyre. Në praktikë, kjo do të thotë që:

- Emrat e produkteve / shërbimeve tuaja do të mbrohen nga konkurrentët e tjerë në treg;
- Ato do të mbeten tuajat dhe askush nuk mund t'i kopjojë ato;
- Nëse ata e bëjnë atë, ju do të jeni në gjendje për të zbatoni të drejtat tuaja të arkës tregtare duke i sjellur ata para gjykatës dhe të marrë kompensim;
- Nga ana tjetër, në qoftë se dikush dëshiron ta përdorë markën tuaj tregtare, ata paraprakisht duhet të marrin autorizimin tuaj (dhe natyrisht ju do të jeni në gjendje për ta detyruar për të).

Sidoqoftë, duhet të kujtohet se të drejtat e markave tregtare janë të natyrës territoriale. Parimi i territorialitetit nënkupton që në secilin vend, marka juaj do të mbrohet nga ligji kombëtar dhe do të trajtohet, për të gjitha qëllimet dhe synimet, si e drejtë kombëtare (me fjalë të tjera, asnjë diskriminim nuk është i mundur vetëm sepse jeni i huaj).

Nga ana tjetër, parimi i territorialitetit do të thotë që, nëse planifikoni të eksportoni në një vend të ri, sigurohuni që të mbron markën tuaj tregtare paraprakisht dhe të jeni në përputhje me të gjitha kërkesat e parashikuara nga ligji i vendit në fjalë. Me fjalë të tjera, markat tregtare të regjistruara në Kosovë, nuk do të gëzojnë mbrojtje në vendet e tjera, përveç nëse regjistrohen siç duhet atje.

Kohëzgjatja e të drejtave të markës tregtare

Siç përcaktohet në nenin 40.1 të Ligjit të Markës Tregtare të Kosovës, markat tregtare të regjistruara mbrohen për një periudhë prej 10 vjetësh nga data e regjistrimit. Në fund të kësaj periudhe 10 vjeçare, ato mund të rinovohen për periudha shtesë prej 10 vjetësh (potencialisht përgjithmonë).

Pjesa II-të

Kërkesat Ligjore Legal Requirements

Në mënyrë që të mbrohen në Kosovë, markat e propozuara duhet të regjistrohen në Agjencinë e Pronësisë Industriale të Kosovës (IPA). Shenjat do të regjistrohen vetëm nëse përputhen me kërkesat ligjore të përshkruara më poshtë.

Kërkesat absolute për vlefshmërinë e një marke në Kosovë

Një markë duhet të jetë në përputhje me një seri kërkesash ligjore të parashikuara nga Ligji i MT të Kosovës (dhe në veçanti nga neni 6). Lajmi i mirë është se këto kërkesa janë harmonizuar në të gjithë botën (megjithëse ato mund të interpretohen në një mënyrë paksa të ndryshme në vende të ndryshme). Këto kërkesa ligjore përfshijnë:

- **Karakter dallues**

Siç thuhet në nenin 6.1.2 të Ligjit të MT të Kosovës, në mënyrë që të jetë e vlefshme, një markë tregtare duhet të jetë në gjendje të dallojë mallrat dhe / ose shërbimet e një personi / ndërmarrje nga ato të personave / kompanive të tjera.

Koncepti i dallueshmërisë është më i lehtë për t'u kuptuar përmes shembujve praktikë: në këtë kontekst është e rëndësishme të mbani mend ndryshimin midis “shenjave dalluese” (të cilat janë të vlefshme, shenja të forta) dhe “shenjave përshkruese” (të cilat nuk janë të vlefshme ose të paktën nota të dobëta). Shenjat konsiderohen dalluese ose përshkruese në varësi të mallrave / shërbimeve specifike që kërkohen për mbrojtje.

Shembulli 1:

Marka Apple® do të ishte përshkruese nëse do të përdorej për të shitur lëng molle (d.m.th. përshkrues i produkteve të shitura nën markë) dhe kështu nuk mund të regjistrohej. Në vend të kësaj, nëse miratohet për produkte të tjera përveç mollëve dhe frutave (p.sh. kompjuterët ose telefonat), marka është dalluese, dhe për këtë arsye e vlefshme dhe e regjistrueshme.

Is this mark distinctive



YES for computer

NO for juices

Camel



Shembulli 2:

koniderata të ngjashme mund të zbatohen për markën CAMEL® e cila do të konsiderohej përshkruese dhe kështu nuk mund të regjistrohej për produktet e lidhura me deve (p.sh. qumështi i devesë), ndërsa kur mbrohet për cigare, marka është qartë dalluese dhe e regjistrueshme.

Nga ana tjetër, markat tregtare që nuk kanë kuptim, si KODAK®, nuk mund të jenë përshkruese.

Ka teknika që mund ta bëjnë një shenjë pjesërisht përshkruese më të veçantë. Kjo përfshinë:

- duke shtuar një logo jo përshkruese (dmth: një imazh që nuk përshkruan mallrat / shërbimet e mbuluara nga marka)
- mbushjen e shenjës në një ngjyrë të veçantë (dhe shmangni skedimin e saj në të zeze dhe të bardhë)
- paraqitja e shenjës në një shkrim të veçantë (dhe jo me shkronja të mëdha standarde)



Për shembull:

marka tregtare ECONOPHONE ndoshta do të ishte shumë përshkruese për shërbimet telefonike, por me shtimin e logos jo përshkruese, shkrimit dhe ngjyrës speciale, marka mund të bëhet mjaft e dallueshme dhe për këtë arsye e regjistrueshme.

- **Jo ekskluzivisht përshkruese**

Siç është përmendur më lart, dhe siç thuhet shprehimisht në nenin 6.1.3 të Ligjit të TM të Kosovës, një markë e propozuar nuk duhet të jetë ekskluzivisht përshkruese e llojit, cilësisë, sasisë, qëllimit, vlerës, prejardhjes gjeografike, kohës së prodhimit të mallrave ose kryerjes së shërbimeve ose duke treguar tipare të tjera të mallrave dhe shërbimeve për synohet të regjistrohet dhe të përdoret. Kjo do të thotë që ato shenja mund të jenë pjesërisht përshkruese ose aluzive. Sidoqoftë, ato nuk mund të jenë ekskluzivisht përshkruese. Me fjalë të tjera, bëhet fjalë për gradë.

Në terma të thjeshtë, kur zgjedhin një emër të ri për një produkt ose shërbim, përdoruesit duhet të jenë të kujdesshëm në lidhje me përdorimin e termave të caktuar në market e tyre të propozuara, të tilla si:

- Emra të caktuar që kanë të bëjnë me produktet ose shërbimet e tyre (p.sh. “banka” në sektorin bankar, “bukë” në sektorin e furrave, “kozmetikë” në sektorin e kozmetikës, “celular” në sektorin e telekomit, etj.);
- Mbiemrat (p.sh.: i mirë, ekonomik, i shpejtë, i lirë, etj.);
- Shprehje lavdëruese (p.sh.: e mirë, më e mira, numri një, super, etj.);

Sidoqoftë, jo të gjitha këto kushte do ta bënin automatikisht shenjën tuaj të paligjshme. Nëse shoqërohet me terma ose logo të tjerë shumë dallues, marka e propozuar mund të bëhet e regjistrueshme.

- **Jo gjenerike**

Markat tregtare nuk mund të konsistojnë në termin e zakonshëm të përdorur nga konsumatorët përkatës për të treguar një produkt të veçantë. Për shembull, termi “Këpucë” nuk mund të monopolizohet si markë tregtare nga një prodhues këpucësh. Nën nenin 31.2 të Ligjit të TM të Kosovës, termat e përgjithshëm duhet të përjashtohen në aplikacionin e markës tregtare.

- **Jo mashtruese**

Siç thuhet në nenin 6.1.7 të Ligjit të TM të Kosovës, markat nuk duhet të gënjëjnë ose mashtrjnë konsumatorët dhe klientët. Kjo në praktikë do të thotë se ata nuk mund të mbajnë një mesazh që nuk është i vërtetë.

Për shembull, marka “Milan” e këpucëve të prodhuara në Prishtinë do të ishte çorientuese për origjinën e produkteve të mbuluara nga marka. Në mënyrë të ngjashme, marka “30% Kthim i garantuar” për një produkt të ri bankar që, në të vërtetë, nuk mund të garantojë një kthim të tillë të investimit, do të ishte mashtruese për publikun.

- **Jo në kundërshtim me rendin dhe moralin publik**

Siç thuhet në nenin 6.1.6 të Ligjit të TM të Kosovës, markat tregtare nuk mund të jenë në kundërshtim me rendin dhe moralin publik. Me fjalë të tjera, shenjat nuk duhet të ofendojnë ndjeshmërinë e njerëzve, vlerat e tyre, moralin e tyre, etj. Përdoruesit duhet të përpiqen t’i shmangin ato.

Për shembull, duhet të shmangen termat vijues:

- Emrat e barnave, p.sh.: KOKAINA
- Emrat e armëve, p.sh.: KALASHNICOV
- Emrat e lidhur me terrorizmin, p.sh.: ISIS, MAFIA
- Emra ose imagjinata të qarta seksuale ose thjesht shumë provokuese (... nuk ka nevojë për shembuj)
- Emrat ose simbolet e lidhura me fenë

- **NUK përbëhet nga forma të përshkruara më poshtë**

Siç thuhet në nenin 6.1.5 të Ligjit të TM të Kosovës, markat tregtare nuk mund të përbëhen ekskluzivisht nga forma që:

- Varet nga natyra e mallrave; ose
- Janë të nevojshme për të marrë një rezultat teknik; ose
- Japin vlerë thelbësore produktit.
-

- **NUK është identike me një flamur kombëtar dhe stemat e tjera shtetërore**

Siç thuhet në nenin 6.1.8 dhe 10 të Ligjit të TM të Kosovës, askush nuk mund të përdorë si markë tregtare (p.sh. për qëllime komerciale), simbole, emblema dhe flamuj shtetërorë siç parashikohet në nenin 6 të Konventës së Parisit ose që janë me interes të përgjithshëm të Republikës së Kosovës. Për shembull, flamuri i një vendi, stemat e tij, etj. nuk mund të monopolizohen si markë tregtare. Vetëm institucionet përkatëse të shtetit mund të vendosin se kush ka të drejtë të përdorë simbole të tilla dhe në çfarë konteksti. Përdoruesit duhet të përpiqen t'i shmangin ato.

- **NUK përbëhet ose që përmban një tregues gjeografik**

Siç thuhet në nenin 6.1.11 dhe 12 të Ligjit të TM të Kosovës, markat tregtare nuk mund të përmbajnë ose të përbëhen nga një tregues gjeografik i cili identifikon verërat ose pijet alkoolike, ose një emërtim i origjinës ose një tregues gjeografik me efekt në territorin e Kosovës.

Kërkesat relative për vlefshmërinë e një marke në Kosovë

Siç parashikohet në nenin 7 të Ligjit të TM të Kosovës, një markë e propozuar nuk duhet të jetë në kundërshtim me të drejtat e mëparshme. Me fjalë të tjera, një markë nuk duhet të pengojë të drejtat ekskluzive të pronarëve të markave paraprake (ose të drejta të tjera të IP-së). Kjo është e ashtuquajtura “bazë relative” për refuzimin e një marke (në krahasim me kërkesat ligjore që referohen si “kërkesa absolute” dhe të mbuluara në seksionin e mëparshëm).

Për të zbuluar nëse një markë e propozuar që planifikoni të miratoni është e disponueshme, ose, përkundrazi, bie ndesh me të drejtat e mëparshme, duhet të kryhet një kërkim i disponueshmërisë (i njohur gjithashtu si “kërkimi i markës tregtare”) në një nga bazat e të dhënave të mëposhtme:

- <http://213.163.122.85/wopublish-search/public/home?1&lang=en> për të verifikuar nëse marka është e regjistrueshme në Kosovë.
- WIPO Global Brand Database dhe TMView (tmdn.org) për të kontrolluar nëse marka e propozuar është e regjistrueshme në vendet e tjera.

Duhet të theksohet se një markë mund të konsiderohet si e re / e disponueshme në Kosovë nëse:

- Nuk ka shenja paraprake identike ose të ngjashme të regjistruara ose të kërkuara në Kosovë,
- Për mallra dhe / ose shërbime identike ose të ngjashme.

Për shembull, nëse marka MAURO për këpucë regjistrohet në Kosovë, askush tjetër nuk do të ketë të drejtë të adoptojë si markë:

- MAURO për këpucët, pasi shenjat janë identike dhe produktet janë identike.
- MAURO për sandale ose çorape, pasi shenjat janë akoma identike dhe produktet janë qartë të ngjashme.
- MAURA, MAURETTO, etj. Për këpucë, sandale ose çorape, pasi shenjat janë të ngjashme dhe produktet janë identike ose të ngjashme.

Situata është relativisht e drejtpërdrejtë kur shenjat janë “identike”. Sidoqoftë, kur shenjat janë “të ngjashme”, situata bëhet më komplekse pasi që duhet të demonstrohet ngjashmëria, bazuar në një nga kriteret e mëposhtme:

- Ngjashmëria **VIZUALE**: kur dy shenjat duken të ngjashme, për shkak të një numri elementesh vizuale, të tilla si ngjyrat, format, shkronjat, etj.;
- Ngjashmëria **FONETIKE**: kur të dy shenjat tingëllojnë të ngjashme kur shqiptohen;
- Ngjashmëria **KONCEPTUALE**: kur kuptimi i dy shenjave është i njëjtë ose i ngjashëm (p.sh. fjala angleze “shoes” dhe “këpucë”, që është termi ekuivalent në shqip).

Sidoqoftë, ngjashmëria midis një shenje të propozuar me një shenjë paraprake nuk është e mjaftueshme për të përcaktuar paligjshmërinë e saj. Ky do të jetë rasti vetëm nëse mallrat dhe / ose shërbimet e dy markave në fjalë janë identike ose të ngjashme. Për shembull: marka tregtare MAURO për veshje nuk mund të parandalojë regjistrimin e markës tregtare MAURO (ose MAURA) për agjencitë e udhëtimit, aeroplanët, shërbimet e ndërtimit, etj.

Produktet / shërbimet konsiderohen të ngjashme nëse ato kanë qëllim të njëjtë ose të ngjashëm, publik (konsumatorë), kanale shpërndarjeje, ose nëse produktet / shërbimet janë qenësisht të lidhura, plotësuese ose të zëvendësueshme.

E fundit por jo më pak e rëndësishmja, siç parashikohet në nenin 7.3 dhe 3 të Ligjit të TM të Kosovës, markat e propozuara duhet të jenë mjaft të ndryshme nga markat e njohura. Shenjat e tilla në fakt, nëse regjistrohen në Kosovë, gëzojnë mbrojtje jo vetëm

për mallra dhe shërbime identike ose të ngjashme, por edhe për ato të pangjashme. Për më tepër, nëse një markë e njohur nuk regjistrohet në Kosovë, ajo automatikisht do të gëzonte mbrojtje për mallra dhe shërbime identike dhe të ngjashme.

Best practices to use trademarks

Ekziston një numër praktikash më të mira që përdoruesit duhet të kenë parasysh në lidhje me përdorimin e markave tregtare. Kjo përfshinë:

1. Përdorni markën tuaj të regjistruar, përndryshe ju e humbni atë. Neni 14.4 i Ligjit të TM të Kosovës përcakton që pronarëve të markave tregtare u duhet pesë vite nga data e regjistrimit për të filluar përdorimin e markës së tyre, duke mos arritur që marka të anulohet nga regjistri.
2. Përdorni në mënyrë sistematike simbolet “TM” ose ® në të gjitha shenjat e regjistruara. Ky është një mesazh i mirë paralajmërues për shkelësit e mundshëm.
3. Niveli i dallueshmërisë së një marke mund të ndryshojë me kohën. Përdorimi i gjerë me kalimin e viteve mund të rrisë veçantinë e tij, përmes të ashtuquajturit “kuptim dytësor”. Kjo do të thotë që, për shembull, një shenjë mjaft përshkruese, me kohën dhe përdorimin, mund të bëhet më e fortë dhe më e veçantë. Ky fenomen mund të jetë shumë i dobishëm për pronarët e markave tregtare.
4. Nga ana tjetër, dallueshmëria e një marke gjithashtu mund të ulet me kalimin e viteve dhe të zhduket. Ky është i ashtuquajturi “vulgarizim” i cili ndodh kur konsumatori mesatar përdor një markë tregtare të caktuar jo vetëm për t’iu referuar produkteve / shërbimeve të tij specifike, por si term i përgjithshëm për të treguar ndonjë produkt / shërbim të së njëjtës kategori. Përdoruesit duhet të shmangin vulgarizimin me çdo kusht, duke kujtuar se:
 - i. Një markë duhet të përdoret gjithmonë si një markë dhe jo si një folje, emër ose si mbiemër (p.sh.: “për Google®”; “për Xerox®”)
 - ii. Një markë duhet të përdoret vazhdimisht, pa ndryshime të mëdha në krahasim me versionin e paraqitur fillimisht.
5. Përdoruesit duhet të sigurojnë vazhdimisht që askush të mos kopjojë ose keqpërdorë shenjat e tyre. Kjo kërkon monitorimin e tregut për të identifikuar dhe ndjekur shkeljet e mundshme.

Pjesa III-të

Mbrojtja

Siç përmendet në Pjesën I, Sekt. 3 të këtij doracak, përdoruesit duhet të mbrojnë markat e tyre në të gjitha vendet ku ata bëjnë ose synojnë të bëjnë biznes. Kjo për shkak se të drejtat e pronësisë intelektuale, përfshirë patentat, janë të natyrës territoriale (në bazë të parimit të territorit). Kjo nënkupton se duke hyrë në një vend të ri pa e paraqitur në mënyrë të rregullt të patentave mund të jetë potencialisht shumë e rrezikshme: shpikjet e tyre mund të jenë të kopjuara, dhe pronarët e tyre legjitim nuk mund të jenë në gjendje të bëjnë më shumë për mbrojtjen dhe zbatimin e të drejtave të tyre.

Mbrojtja e markave tregtare në Kosovë

Në mënyrë që të sigurohet mbrojtja për një markë tregtare në Kosovë, një kërkesë duhet të paraqitet në zyrën kombëtare të IP-së, të quajtur Agjencia e Pronësisë Industriale të Kosovës (API). Ju lutemi vizitoni faqen e mëposhtme të internetit për të marrë informacion në lidhje me formën që do të përdorni, tarifatat për të paguar dhe procedurën që duhet të ndiqni: KIPA (rks-gov.net).

Për të regjistruar një markë në Kosovë, duhet të përdoret një formë standarde e aplikimit (e dhënë në uebfaqen e mësipërme), e shoqëruar me një përfaqësim të markës (8 cm me 8 cm), pagesa e tarifave përkatëse të regjistrimit dhe shënimi i mallrat ose shërbimet për të cilat do të përdoret marka, të klasifikuar në përputhje me Klasifikimin e Nice të mallrave dhe shërbimeve, që përbëhet nga gjithsej 45 klasa: 34 për produktet dhe 9 për shërbimet. Një aplikacion mund të mbulojë disa klasa të mallrave ose shërbimeve.

Procedura e regjistrimit rregullohet nga Udhëzimi Administrativ për regjistrimin e markës tregtare. Ishtë një mekanizëm i thjeshtë dhe nuk është i shtrenjtë. Në rast dyshimesh, aplikantët këshillohen të kontaktojnë IKAP-in për informacion dhe udhëzime se si të vendosin një markë në Kosovë.

Mbrojtja e markave tregtare jashtë vendit

Nëse një mbajtës i markës tregtare nga Kosova ose një biznesmen lokal dëshiron të mbrojtë markën e tij në disa vende tjera, zgjidhja kryesore e disponueshme për momentin është të paraqesë aplikacione individuale për patentë në të gjitha vendet me interes. Kjo nënkupton plotësimin e aplikimeve të ndryshme, në të gjitha gjuhët përkatëse me zyrat e brendshme të IP-së, në përputhje me kornizat e brendshme normative dhe, për fat të keq, rekrutimin e një agjenti vendor në çdo vend për të paraqitur marken tregtare në emër të tyre. Kjo sepse zyrat e ndryshme kombëtare të PI-së pranojnë të lidhen vetëm me njerëz dhe përfaqësues vendas dhe banorë të atij vendi.

Qasja është pak e rëndë dhe, nganjëherë, e shtrenjtë. Sidoqoftë, është e nevojshme për të shmangur rrezikun që konkurrentët të kopjojnë shpikjen tuaj dhe të përdorin padrejtësisht markën tuaj.

Nga ana tjetër, ekzistojnë dy zgjidhje të tjera që mund të jenë të dobishme dhe më të lira. Sidoqoftë, ka disa kufizime në përdorimin e tyre.

A. Sistemi i Madridit për regjistrimin ndërkombëtar të markave

Sistemi i Madridit është një procedurë e thjeshtë, e lirë, e centralizuar efektive, një dyqan me një ndalesë për pronarët e markave tregtare për të marrë dhe ruajtur mbrojtjen e markës në shumë tregje eksporti. Sistemi i Madridit lejon mbajtësit e markave tregtare të marrin mbrojtje duke paraqitur një kërkesë të vetme, në një gjuhë (përfshirë anglishten), me tarifa në një monedhë (franga zvicerane) në deri në 124 vende, pa pasur nevojë të caktojnë një agjent lokal të IP-së në të gjitha vendet.

Për fat të keq, sistemi i Madridit është një sistem “i ngushtë”: ai mund të përdoret vetëm nga njerëzit dhe kompanitë që:

1. Janë shtetas të një prej vendeve të Unionit të Madridit; ose
2. Keni qëndrim në një nga ato vende; ose
3. Zotëroni një ndërmarrje tregtare ose industriale reale dhe efektive në një nga vendet anëtare të Unionit të Madridit.

Kjo do të thotë që, për fat të keq, deri më tani sistemi i Madridit mund të përdoret vetëm nga njerëzit dhe ndërmarrjet kosovare që përputhen me një nga kërkesat e mësipërme.

Procedura për të kërkuar një aplikim ndërkombëtar është mjaft e thjeshtë. Më shumë informacion mund të gjenden në:

http://www.wipo.int/treaties/sq/registration/madrid_protocol/

- E-mail: intreg.mail@eipo.int
- Tel: +41 22 338 86 86

Së fundmi, është gjithashtu e rëndësishme të kujtojmë se sistemi i Madridit është thjesht një traktat procedural, dhe zyrat e IP të vendeve të caktuara janë të ngarkuara të verifikojnë pajtueshmërinë me kërkesat thelbësore të brendshme.

B. Sistemi rajonal i markës tregtare të BE -së

Përmes kësaj rruge rajonale, ju do të jeni në gjendje të mbroni shenjën tuaj në 27 vendet e Bashkimit Evropian, menjëherë, me një regjistrim të vetëm. Sistemi i markës tregtare të BE administrohet nga zyra IP e Bashkimit Evropian (EUIPO), në Alicante.

Lajmi i mirë është se në thelb çdokush (person fizik ose juridik) mund të paraqesë shenja përmes këtij sistemi. Sidoqoftë, një qytetar ose kompani kosovare do të duhet të caktojë një përfaqësues në BE për të paraqitur kërkesën.

- Procedura është shumë e shpejtë dhe e thjeshtë (shih Application and Registration Procedure (europa.eu)). Veçanërisht:
- Aplikimet për markat tregtare mund të paraqiten në internet në adresën e mëposhtme të internetit: EUIPO - Route to registration (europa.eu).
- Forma është jashtëzakonisht e thjeshtë: ju duhet të siguroni të gjithë informacionin përkatës në lidhje me pronarin e markës tregtare, një shembull të markës dhe të mallrave dhe / ose shërbimeve të mbuluara nga marka juaj e klasifikuar në përputhje me "Klasifikimin e Nice".
- Për klasifikimin e markës së mallrave / shërbimeve tuaja, ju mund të përdorni një mjet të quajtur TMClass në dispozicion në: Classification Assistance - TMclass (tmdn.org).
- Për të verifikuar nëse marka juaj e propozuar është e disponueshme në BE dhe nuk bie ndesh me markat e mëparshme identike ose të ngjashme për mallra / shërbime identike ose të ngjashme, ju lutemi kontrolloni në bazën e të dhënave në vijim: TM Vieë : (në dispozicion në: [TMView \(tmdn.org\)](http://tmdn.org)).
- Kostoja e procedurës së mësipërme është shumë e moderuar dhe një llogaritës shumë i përshtatshëm i tarifave është i disponueshëm në faqe.

Ju gjithashtu mund të kontaktoni EUIPO në adresën vijuese:

Avenida de Europa, 4, E-03008 Alicante, Spanjë

Qendra e informacionit: tel .: +34 965 139 100

Pjesa IV

Korniza ligjore

1. Ligji:

- Ligji për Markat Tregtare, 04/L-026
- Ligji për Ndryshimin dhe Plotësimin e Ligjit 04/L-026 për Markat Tregtare, 05/L-040

2. Legjislatiioni sekundar i zgjedhur:

- Udhëzim Administrativ MTI-14/2016 për Regjistrimin e Markës Tregtare
- Udhëzim Administrativ MTI-10/2016 për Tarifat Administrative për Objektet e Pronësisë Industriale
- Udhëzim Administrativ MTI-6/2018 për Përfaqësuesit e Autorizuar në Fushën e Pronësisë Industriale

Pjesa V-të

Komercializimi dhe Zbatimi i Markave

Komercializimi i markave tregtare

Komercializimi i të drejtave të markës tregtare mund të bëhet potencialisht një model biznesi shumë fitimprurës për pronarin e markës tregtare. Avantazhi i rëndësishëm i markave tregtare, si çdo IPR tjetër, është se ato janë të paprekshme dhe, si të tilla, ato mund të licencohen shumë herë, njëkohësisht, përmes një sërë marrëveshjesh kontraktuale për të maksimizuar fitimet.

Për shembull, një pronar i markës tregtare mund të vendosë të autorizojë një person tjetër në treg (p.sh.: një kompani tjetër, mbase jashtë vendit, ose një biznes jo-konkurrenues në vend) për të përdorur markat e tij, përmes një marrëveshje licencimi, në këmbim të pagesës së honorareve. Ky model mund të përsëritet në shumë vende, me pasojë të dukshme pozitive për sa i përket kthimeve ekonomike.

Sidoqoftë, një parakusht për shfrytëzimin dhe komercializimin e suksesshëm të markave tregtare është një kontratë licence ose transferimi i teknologjisë e hartuar mirë. Sipas këtij lloji të kontratave, pronari i një marke u jep leje palëve të treta të përdorin markën e tij për një kohëzgjatje të caktuar, për një objektiv specifik, për një vend ose rajon të veçantë, dhe nën kushtet të cilat janë dakorduar.

Licencimi përfshin avantazhe të konsiderueshme për një pronar të markës tregtare:

- Ai do të marrë të ardhura në formën e tarifave të licencimit dhe honorareve.
- Ai do të jetë në gjendje të përfitojë nga njohuritë lokale, rrjeti dhe ekspertiza e të licencuarve të ndryshëm, dhe aftësinë e tyre për të futur përshtatjet e nevojshme që mund të lehtësojnë depërtimin në tregjet e tyre lokale, dhe ndoshta edhe të përmirësojnë produktet e tij.

Çdo licencë e markës tregtare duhet të sigurojë që pronari origjinal i markës tregtare mban mbikëqyrje të afërt mbi mënyrën në të cilën përdoren markat e saj, në mënyrë që të sigurojë që vullneti i mirë dhe reputacioni i saj nuk dëmtohen.

Anasjelltas, njerëzit e biznesit në Kosovë mund të dëshirojnë të shmangin procesin shpesh të shtrenjtë të R&D për zhvillimin e produkteve të reja dhe markave të reja tregtare, dhe thjesht të hyjnë në një marrëveshje licencimi (si të licencuar) me një palë të tretë që tashmë ka zhvilluar dhe mbrojtur marka të tilla.

Në çdo rast, komercializimi i markave tregtare kërkon hartimin e kontratave mjaft komplekse të licencimit dhe marrëveshjeve të transferimit të teknologjisë që duhet të trajtohen nga avokatë me përvojë.

Shkeljet e markave tregtare dhe mjetet juridike

Kjo pjesë përmban sugjerime praktike në rast se markat tregtare janë kopjuar, janë kopjuar, cenuar apo shkelur nga palët e treta, brenda ose jashtë vendit, qoftë përmes mirëbesimit apo mashtrimit.

Së pari, pronarët e markave tregtare duhet të veprojnë si monitorues dhe të monitorojnë vazhdimisht shkeljet e mundshme të markave të tyre nga palët e treta. Gjatë punës së tyre të përditshme, ata shpesh janë informuar për atë që bëjnë konkurrentët dhe për ndonjë shkelje të mundshme të IPR-ve të tyre.

Inicimi i procedurës gjyqësore duhet të lihet si mundësia e fundit, pasi ajo mund të zgjas shumë dhe me kohë rezultati i tij është i paparashikueshëm. Një letër e thjeshtë “pusho dhe heq dorë” mbase është e mjaftueshme për t'i dhënë fund një shkeljeje. Nëse kjo nuk çon në një zgjidhje të aktivitetit shkelës, pronarët e dizajneve industriale mund të përpiqen të arrijnë një zgjidhje jashtë gjykatës, përmes negociatave. Nëse edhe kjo përpjekje dështon, ato mund t'i kthehen shërbimeve të një ndërmjetësi profesionale, i cili mund të lehtësojë arritjen e një marrëveshje të kënaqshme për të dy palët. Së fundmi, në disa raste, çështjet gjyqësore mbeten opsioni i vetëm i zbatueshëm për të arritur drejtësinë.

Një sistem ADR veçanërisht i përshtatshëm për PI-të administrohet nga EİPO. Për më shumë informacion, ju lutemi referojuni uebfaqes vijuese: <http://www.wipo.int/amc/en/>.

Qartazi, vetëm avokatët me më përvojë duhet të ndërmarrin hapat e mësipërm. Sa i përket mjeteve juridike, korniza legjislative e Kosovës (neni...) parashikon mundësitë e mëposhtme për të zbatuar të drejtat e markës tregtare:

1. Mjetet juridike administrative (kryesisht duke iu referuar shërbimeve të ofruara nga IKAP, veçanërisht në kontekstin e kundërshtimeve të mundshme të paraqitura nga palët e treta kundër regjistrimit të markave të propozuara - shih nenin 34-35 të Ligjit të TM).
2. Mjetet juridike civile (kryesisht në formën e gjobave).
 - i. Ndëshkimet (masa të shkëlqyera për të përshpejtuar procesin dhe për të parandaluar vazhdimin e veprimtarisë shkelëse. Në disa raste, urdhëresat mund të jepen nga gjyqtarët pa e informuar më parë shkelësin).
 - ii. Dëmet (për të kompensuar pronarin e markës tregtare për pasojat negative të pësuarra për shkak të shkeljes së markave të tij).
 - iii. Dorëzimi , kërkimi dhe sekuestrimi (një i pandehur mund të urdhërohet të dorëzojë materialet shkelëse dhe / ose çdo material të përdorur për t'i bërë ato. Një urdhër që lejon kërkimin dhe sekuestrimin mund të jepet kur paditësi ka frikë se i pandehuri mund të shmangët ose të shkatërrojë provat e shkeljes së markës tregtare).
3. Sanksionet penale (në formën e dënimeve dhe burgimit. Masat kriminale janë normalisht të rralla në fushën e PI. Ato zbatohen vetëm në rast të shkeljeve të mëdha të markave tregtare të kryera me dashje nga shkelësit).
4. Masat doganore: ku Dogana mund të kontrollojë mallra të dyshuara për shkelje të kufirit dhe t'i mbajë ato në zyrat doganore në vend që t'i lëshojë ato në qarkullim të lirë në tregun lokal.

Pjesa VI

Mjetet e fundit

Marrja e ndihmës / kontaktet

Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë
Lagjja e Spitalit, rr."Arbënor e Astrit Dehari", nr. 21,10000 Prishtinë, Kosovë.
Telefon: +381 38 200 36554

Për një listë të profesionistëve që mund t'ju ndihmojnë në fushën e markave tregtare, ju lutem shihni sa vijon:

Uebfaqe të dobishme

- Agjencia për Pronësi Industriale e Kosovës: kipa.rks-gov.net
- EUIPO: EUIPO - Home (europa.eu)
- WIPO: www.wipo.int
- WIPO SME Division: www.wipo.int/sme
- WWIPO Arbitration and Mediation Center: <http://arbiter.wipo.int>
- TMClass: <http://tmclass.tmdn.org/ec2/>
- TM View: <https://www.tmdn.org/tmview/welcome>
- WTO: <http://www.wto.org>
- Directory of IP Offices Worldwide: <http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp>
- International Trademark Association (INTA): <http://www.inta.org>
- IP Panorama: <https://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>

Ky doracak është botuar me asistencë të Bashkimit Evropian. Përmbajtja e këtij doracaku është përgjegjësi e vetme e IBF International Consulting dhe EPLO dhe në asnjë mënyrë nuk mund të paraqes pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

© IPR Project Kosovo
Tetor, 2021
Prishtinë, Kosovë

IPRproject

Intellectual Property Rights Project

Rr. "Johan V. Hahn",
10000 Prishtinë, Kosovë
Tel: 038 726 688

 IPRKosovo

