

University for Business and Technology in Kosovo

UBT Knowledge Center

Theses and Dissertations

Student Work

Spring 4-2021

"MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI NDËRKOMBËTAR SI ASET I PRONËSISË INDUSTRIALE"

Vendon Beloshi

University for Business and Technology - UBT

Follow this and additional works at: <https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd>



Part of the [Law Commons](#)

Recommended Citation

Beloshi, Vendon, ""MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI NDËRKOMBËTAR SI ASET I PRONËSISË INDUSTRIALE"" (2021). *Theses and Dissertations*. 2576.

<https://knowledgecenter.ubt-uni.net/etd/2576>

This Thesis is brought to you for free and open access by the Student Work at UBT Knowledge Center. It has been accepted for inclusion in Theses and Dissertations by an authorized administrator of UBT Knowledge Center. For more information, please contact knowledge.center@ubt-uni.net.



Kolegji UBT
Fakulteti Juridik

**"MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI
NDËRKOMBËTAR SI ASET I PRONËSISË INDUSTRIALE"**

Shkalla Master

Vendon Beloshi

Prill/2021

Prishtinë



Kolegji UBT
Fakulteti Juridik

Vendon Beloshi

Punim Diplome
Viti akademik 2019/2020

**“MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI
NDËRKOMBËTAR SI ASET I PRONËSISË INDUSTRIALE”**

Mentori: Dr. Sc. Altin Maliqi

Prill/2021

Ky punim është përpiluar dhe dorëzuar në përmbushjen e kërkesave të pjeshme
për Shkallën Master

ABSTRAKT

Markat Tregtare janë sot një nga produktet më të përdorshme dhe të tregtueshme në mbarë tregjet globale. E parë në këndvështrimin e njërit nga asetet më të rëndësishme pronësore të Pronësisë Industriale, në të gjitha legjislacionet e vendeve, anembanë botës Marka Tregtare gjen mbrojtje ligjore shumë të ngjashme e cila jo vetëm i jep garanci mbajtësve të të drejtave, por nxit më së shumti krijimin e tyre në mbarë rruzullin. Aktualisht, Marka Tregtare edhe në Kosovë zë një vend mjaft të rëndësishëm në veprimtarinë tregtare, si dhe në veprimtarinë e Agjencisë të Pronësisë Industriale të Kosovës, si institucioni përgjegjës që merret me regjistrimin dhe legjitimitetin e krijimtarisë industriale në vend.

Një vëmendje e veçantë tregohet në aspektin e dallimit midis rëndësisë që i japin vende të ndryshme Markës Tregtare si p.sh. Amerika, ku rregullimit ligjor të Markave Tregtare, ku legjislacioni dhe institucionet që legjitimojnë dhe garantojnë mbrojtjen e Pronësisë Intelektuale të SHBA-së, përqendrohen tek Marka Tregtare si një nga asetet më të qarkullueshme dhe që i gjenerojnë lehtësisht fitime të gjitha llojeve të biznesit, që nga biznesi individual, personat fizikë, bizneset e vogla dhe të mesme, dhe deri tek bizneset e mëdha dhe korporatat. Si e tillë, Marka Tregtare gëzon sot vëmendjen e të gjitha strukturave shtetërore dhe organizmave me karakter ndërkombëtar si WIPO, OBT, dhe shumë marrëveshjeve ndërkombëtare që garantojnë liri qarkullimi të aseteve pronësore industriale dhe gjithashtu kanë unifikuar të gjitha praktikatat e mbrojtjes dhe fitimit të të drejtave në rastet e shkeljes të të drejtave të tyre.

Gjithashtu, edhe në drejtim të sistemit gjyqësor që aplikon proceset e gjykimit ndaj të gjitha shkeljeve të të drejtave pronësore për pronësinë intelektuale në Kosovë, dita ditës po tregohet një rritje e vëmendjes dhe praktikave në zbatim të ligjeve aktuale të fushës. Krahasuar kjo me sistemet ndërkombëtare të gjykimit për çështje të pronësisë intelektuale, edhe sistemi ynë ka avancime të kënaqshme në këtë disiplinë të re të së drejtës.

MIRËNJOHJE DHE FALENDERIME

Falenderime të sinqerta Zotit për çdo gjë. Mirënjohje për familjen time të dashur, prindërit e mi, vëllain dhe motrën që më përkrahën në çdo hap timin shkollor dhe akademik duke më ndihmuar në çdo aspekt.

Mirënjohje për profesorin Dr.Sc. Altin Maliqi që më këshilloi në çdo kapitull të këtij punimi të diplomës dhe nuk përtoi të bashkëpunojë në çdo kohë me mua.

Respekt për të gjithë ju!

PËRMBAJTJA

FJALËT KYÇE.....	V
FJALORI I TERMAVE	V
Deklarata personale e autorësisë	VII
1.HYRJJE	1
2. SHQYRTIMI I LITERATURËS	3
2.1. MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI.....	3
2.1.1. Koncepte të përgjithshme mbi fushën e pronësisë intelektuale	3
2.1.2. Koncepte dhe nocione juridike për krijimin e markave tregtare	4
2.1.3. Llojet e markave tregtare sipas regjistrimit dhe sipas mënyrës së krijimtarisë.....	6
2.2. REGJISTRIMI SI PROCES PËR LEGJITIMIMIN DHE EFEKTET PAS TIJ.....	8
2.2.1. Procedura paraprake nga krijuesi për regjistrimin e Markës Tregtare	8
2.2.2. Aplikimi dhe elementet e tij, data e aplikimit dhe procedurat deri në shpalljen e regjistrimit	9
2.2.3. Efektet dhe të drejtat që burojnë nga regjistrimi i Markës Tregtare	15
2.3. NDËRKOMBËTARIZIMI DHE RREGULLIMI LIGJOR I MARKËS TREGTARE	18
2.3.1. Marka europiane dhe procedurat e regjistrimit të saj.....	18
2.3.2. Marka tregtare sipas mbrojtjes USPTO të SHBA-së	21
2.3.3. Shtrirja e efekteve të përdorimit nga shteti në shtet të një marke tregtare	22
2.3.4. Përdorimi antiligjor i Markës Tregtare dhe efektet e tij.....	25
2.4. RËNDËSIA E KONVENTAVE DHE LEGJISLACIONIT NDËRKOMBËTAR PËR RREGULLIMIN E MARKËS TREGTARE	27
2.4.1. Historiku i konventave që rregullojnë pronësinë intelektuale.....	27
2.4.2. Ligjet e para nacionale për markat tregtare si përpjekje për mbrojtjen e të drejtave të saj	29
2.4.3. Konventa europiane për regjistrimin e Markës Tregtare dhe roli i saj për rregullimin e ligjeve nacionale	32
2.5. AKTUALITETI I RREGULLIMIT DHE MBROJTJES LIGJORE TË MARKËS TREGTARE NË BALLKANIN PERËNDIMOR	36

2.5.1.Historiku i zhvillimit të Markës Tregtare dhe legjislacionit në vendet e rajonit.....	36
2.5.2.Marka tregtare si aset i pronësisë industriale në Kosovë	41
2.5.3.Veprimtaria e Markës Tregtare të huaja në Kosovë.....	42
3. DEKLARIMI I PROBLEMIT.....	46
4. METODOLOGJIA	46
5. KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME	47
5.1. Konkluzione.....	47
5.2. Rekomandime	47
6. REFERENCAT	49
6.1. Referenca libra	49
6.2. Referenca artikuj të ndryshëm shkencor	50
6.3. Bibliografi webpage.....	52

FJALËT KYÇE

Pronësi industriale, Pronësi intelektuale, Markë Tregtare, Mbrojtja ligjore e Markave Tregtare, Aplikimi, Regjistrimi i Markave Tregtare, Ligjet kombëtare dhe ndërkombëtare

FJALORI I TERMAVE

IP - Intellectual Property (shq. Pronësia Intelektuale)

IP- Industrial Property (shq. Pronësia Industriale)

SH.B.A - Shtetet e Bashkuara të Amerikës

WIPO - *World Intellectual Property Organization* (shq. *Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale*)

WTO - World Trade Organization (shq. Organizata Botërore e Tregtisë)

USPTO - United States Patent and Trademark Office (shq. Zyra e Patentave dhe Markave Tregtare e Shteteve të Bashkuara)

TEAS - Trademark Electronic Application System (shq. Sistemi Elektronik i Aplikimit të Markave Tregtare)

TSDR - Trademark Status and Document Retrieval (shq. Sistemi i Statusit të Markës Tregtare dhe Tërheqjes së Dokumentit)

TTAB - Trademark Trial and Appeal Board (shq. Bordi i Gjykimit dhe Apelit të Markës Tregtare)

SOU - State of Use (shq. Deklaratë e përdorimit)

JPO - Japan Patent Office (shq. Zyra Japoneze e Patentave)

KMU- Klein - und Mittelunternehmen (shq. Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme)

EUIPO - European Union Intellectual Property Office (shq. Zyra e Bashkimit European Pronësisë Intelektuale)

ARIPO - African Regional Intellectual Property Organization (shq. Organizata Regjionale Afrikane e Pronësisë Intelektuale)

BOIP- Benelux Office for Intellectual Property (shq. Zyrën e Pronës Intelektuale të Beneluksit)

DZIV- Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (Zyra Shtetërore e Pronësisë Industriale e Republikës së Kroacisë)

URSIL - Urad Republike Slovenije za Intelektualno Lastnino (Zyra e Republikës së Sllovenisë për Pronësi Intelektuale)

IIVBiH - Institut za Intelektualno Vlasništvo Bosna i Hercegovina (Institut për Pronësi Intelektuale të Bosnjë dhe Hercegovinës)

ZIS - Zavod za Intelektualnu Svojinu Republike Srbije (Institut për Pronësi Intelektuale i Republikës së Serbisë)

DZIS - Drzaven Zavod za Industrijska Sopstvenost Republika Severna Makedonija (Zyra Shtetërore e Pronësisë Industriale në Republikën e Maqedonisë Veriore)

MTI- Ministria e Tregtisë dhe Industrisë e Republikës së Kosovës

API- Agjencia e Pronësisë Industriale e Republikës së Kosovës

DPPI- Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale e Republikës së Shqipërisë

Deklarata personale e autorësisë

Ky punim diplome i nivelit master është puna ime origjinale duke respektuar autorësinë e çdo burimi të informacioneve dhe rregullave për një punim të mirëfilltë shkencor, dhe nuk është dorëzuar, në tërësi apo pjesërisht, për ndonjë gradë në këtë apo në ndonjë universitet tjetër. Sipas njohurisë sime, punimi nuk përmban asnjë material të botuar ose shkruar nga ndonjë person tjetër, përveç siç deklarohet në brendi të tekstit.

Gjithashtu deklaroj se, në shkrimin e punimit kam respektuar rregullat etike të punës shkencore dhe akademike të Kolegjit UBT.

Data

Vendon Beloshi

1.HYRJE

Në këtë punim të diplomës do të trajtohet tema “Marka Tregtare, konceptimi dhe rregullimi ndërkombëtar si aset i Pronësisë industriale”, çfarë paraqet ajo, si ndikon tek blerësit. Tema do të analizojë efektet e Markës Tregtare në treg, si konceptohet ajo nga ana juridike, dhe çfarë rregullimi ka në sisteme të ndryshme juridike.

Trajtimi i Markave Tregtare në këtë punim përfshin një pjesë mjaft të madhe konceptimin e saj në shtete të ndryshme dhe rregullimin ligjor në sisteme të ndryshme juridike. Sigurisht do të përfshihet edhe zhvillimi i saj në Kosovë para luftimeve në ish-Jugosllavi, po ashtu edhe pas pavarësimit më 17.02.2008. Ky punim i diplomës është i fokusuar në shpjegimin e Markave Tregtare, paraqet se si rodhi zhvillimi historik i saj dhe si përhapja e saj ndikoi në tregun kombëtar dhe ndërkombëtar. Mbrojtja ligjore e Markave Tregtare zë vend shumë të rëndësishëm në këtë punim të diplomës sepse rastis që Markat Tregtare mund të kopjohen dhe keqpërdoren nga kompanitë e papërgjegjshme duke shkaktuar konfuzitet të përdorimit tek blerësit kudo që ndodhen. Në këtë punim do të paraqiten përpjekjet e mëdha që shtetet i bën për të përmirësuar legjislacionin rreth Markave Tregtare, do të shpjegohen dallimet rreth aplikimit dhe regjistrimit të Markave Tregtare në shtete të ndryshme, po ashtu edhe rëndësia e tyre e madhe në dallimin e një produkti prej produktit tjetër.

Ngjashmëritë dhe dallimet mes institucioneve kryesore që regjistrojnë miliona Marka Tregtare në botë janë shpjeguar duke u munduar që këtë fushë të re tek ne ta krahasoj me zhvillimet në shtetet tona në rajon. Ndikimi i Markave Tregtare në industri është i pashmangshëm, kështu që sa më i mirë të jetë ligji për ato, aq më serioze është industria dhe sistemi juridik i një vendi.

Në përfundim paraqitet edhe hulumtimi se sa ka gjetur hapësirë Marka Tregtare dhe Pronësia Industriale në përgjithësi në Republikën e Kosovës po ashtu edhe në vendet e rajonit.

Ne shohim çdo ditë Marka Tregtare, mirëpo rrallëherë na bie rasti të dëgjojmë sesi ndahen, çfarë roli kanë, kush i regjistron dhe si mbrohen ligjërisht ato. Markat Tregtare janë “letërnjoftimi” i një produkti të caktuar që gjendet në tregjet kombëtare dhe ndërkombëtare. Sot në shekullin 21 markat tregtare kanë një mundësi më të lehtë të regjistrohen, të mbrohen sipas ligjit, sepse të gjitha shtetet kanë harmonizuar dispozitat ligjore për rregullimin e tyre, edhe pse Republika e Kosovës ka pak vështirësi pasi që ende nuk bën pjesë në Organizatën Botërore të

Pronësisë Intelektuale. Rol të rëndësishëm në këtë punim të diplomës do të ketë edhe shtjellimi i ligjeve, konventave, marrëveshjeve ndërkombëtare të cilat janë promotorë të zhvillimit të mbrojtjes së të drejtave për markat tregtare.

Zhvillimi i shkencës dhe teknologjisë nëpër vite ka bërë që markat tregtare të marrin kualitete më të mira mirëpo nga ky zhvillim ka lindur edhe një çështje më e rëndësishme, përpjekja e instiucioneve për mbrojtjen e tyre nga kopjimi, shitja e parregullt dhe keqpërdorimi. Kjo ecje përpara e këtyre fushave ka mundësuar që tregjet të mos jenë të zhvilluara brenda shteteve të caktuara mirëpo të arrihet deri te krijimi i një tregu të përbashkët që për ekonominë do të ofronte stabilitet dhe përparim. Nga pakujdesia e mosregjistrimit të markave tregtare ndodh që persona dhe kompani të ndryshme të shfrytëzojnë këtë zbrazëti dhe të kopjojnë markat e caktuara duke shkaktuar kështu shumë seanca gjyqësore dhe harxhime të buxhetit nëpër arbitrazhe ndërkombëtare, por edhe humbje të mëdha fitimi të pronarëve legjitimë të tyre.

2. SHQYRTIMI I LITERATURËS

KAPITULLI I

2.1. MARKA TREGTARE, KONCEPTIMI DHE RREGULLIMI NDËRKOMBËTAR SI ASET I PRONËSISË INDUSTRIALE

2.1.1. Koncepte të përgjithshme mbi fushën e pronësisë intelektuale

Pronësia intelektuale është kategori e pronësisë që përfshin krijime jo materiale të intelektit njerëzor. (World Intellectual Property Organisation, 2016) Njihen shumë lloje të aseteve të pronësisë intelektuale, dhe disa shtete i njohin dhe e respektojnë mbrojtjen dhe përdorimin e tyre më shumë se të tjerat. (World Trade Organisation, 2011) Llojet më të njohura të këtyre pronësive janë: të drejtat e autorit, patentat, markat tregtare, dizajni industrial, emërtimet e origjinës, treguesit gjeografikë dhe sekretet tregtare.

Pararendësit e hershëm të disa llojeve të pronësisë intelektuale kanë ekzistuar në shoqëri siç ishte: Roma e Lashtë, por koncepti modern i pronësisë intelektuale u zhvillua në Angli në shekujt 17 dhe 18 - të. Termi "Pronë Intelektuale" filloi të përdoret në shekullin XIX, megjithëse deri në fund të shekullit të XX, prona intelektuale u bë e zakonshme në shumicën e sistemeve juridike në botë (Property, Intellectual Property and Free Riding, 2009). Qëllimi kryesor i ligjit të Pronësisë Intelektuale është të inkurajojë krijimin e një larmie të gjerë të të mirave intelektuale (Goldstein & Reese, 2012). Për ta arritur këtë, ligji kombëtar dhe ndërkombëtar u jep njerëzve dhe bizneseve të drejta pronësore mbi informacionin dhe mallrat intelektuale që ata krijojnë, zakonisht për një periudhë të kufizuar kohore. Kjo jep një stimulim ekonomik për krijimin e tyre, sepse i lejon njerëzit të përfitojnë nga informacioni dhe të mirat intelektuale që krijojnë. (Goldstein & Reese, 2012)

Sistemi i mbrojtjes së Pronësisë Intelektuale është i bazuar në një rrjet bashkëpunimi ligjor dhe ndërinstitucional kombëtar dhe ndërkombëtar.

Tërësia e veprimtarisë në kuadër të implementimit të standardeve ndërkombëtare në mbrojtje të Pronësisë Intelektuale, është siguri i të drejtave të Pronësisë Intelektuale, mirëfunksionimi i sistemit gjyqësor, si dhe një infrastrukturë moderne e teknologjisë së informacionit dhe komunikimit. Në lidhje me Pronësinë Intelektuale, sistemi duhet të inkurajojë

transferimin e teknologjisë përmes tregut të transferimit të teknologjisë, në veçanti me shitjen dhe blerjen e teknologjisë së mbrojtur me garancitë e kuadrit për pronësinë intelektuale.

Këto elemente teorike dhe ligjore me karakter ekonomik dhe moral, duhet të respektohen si një pjesë e rëndësishme e pasurimit të prodhuesve intelektual. Në këtë këndvështrim, studentët luajnë një rol mjaft kyç në shpërndarjen e njohurive dhe sensibilizimin e gjerë mbi konceptet juridike dhe ekonomike të Pronësisë Intelektuale.

Të drejtat e pronësisë intelektuale përfshijnë: **të drejtat e autorit, patentat, të drejtat e markës tregtare, dizajnit industrial, veshjen e tregtisë, indikacionet gjeografike dhe në disa juridiksione edhe sekretet tregtare.** Ekzistojnë edhe lloje më të specializuara ose të prejdardhura të të drejtave ekskluzive *sui generis*, të tilla si të drejtat e dizajnit të qarkut (të quajtura të drejtat e punës në maskë në SH.B.A.), çertifikatat e mbrojtjes shtesë për produktet farmaceutike (pas skadimit të një patente që i mbron ato), dhe të drejtat e bazës së të dhënave (në Ligjin europian). Shprehja "Pronë Industriale" nganjëherë përdoret po ashtu për t'iu referuar një pjesë të madhe të të drejtave të pronësisë intelektuale, përfshirë: patentat, markat tregtare, modelet industriale, modelet e shërbimeve, markat e shërbimit, emrat e tregtarë dhe treguesit gjeografikë, etj. (World Intellectual Property Organisation, 1971)

2.1.2. Koncepte dhe nocione juridike për krijimin e markave tregtare

Marka tregtare është një shenjë dalluese, e cila identifikon mallra apo shërbime të ofruara nga një individ apo ndërmarrje e caktuar. Duke studiuar evoluimin e kësaj fushe të së drejtës, konstatojmë që, me kalimin e viteve juristë të ndryshëm tentuan që markat tregtare t'i konceptonin dhe të jepnin nocione juridike që do të ndihmonin shumë për të qartësuar thelbin dhe përmbajtjen e markave tregtare. Një markë tregtare është një shenjë ose kombinim shenjash të cilat paraqiten grafikisht dhe të cilat shërbejnë për të dalluar mallrat ose shërbimet e një personi fizik ose juridik nga ato të një personi tjetër fizik ose juridik. Për të gëzuar mbrojtje kombëtare marka tregtare duhet të regjistrohet pranë KIPA. Në nivel ndërkombëtar mund të paraqitet një aplikim për markën tregtare në zyrën e regjistrimit të markës tregtare të secilit vend në të cilin kërkohet mbrojtje, ose mund të përdoret Sistemi i Madridit. Afati i mbrojtjes së markës tregtare është 10 vite, duke filluar nga data e depozitimit. Marka mund të ripërtërihet pafundësisht për periudha dhjetëvjeçare, pasi pronari depoziton një kërkesë për këtë qëllim pranë

KIPA dhe paguan tarifën përkatëse, në një periudhë jo më vonë se gjashtë muaj nga data e përfundimit të periudhës dhjetëvjeçare të regjistrimit.

Gjithashtu, një Markë Tregtare është një tregues i veçantë që identifikon shërbime të caktuara të mallrave të prodhuara ose të siguruara nga një individ ose një kompani. Origjina e saj daton që nga kohët e lashta, kur zejtarët riprodhuan renditjet e tyre, ose "shenjat", mbi veprat e tyre artistike ose produkte të natyrës afektive ose praktike. Me kalimin e viteve, këto shenja kanë hyrë në sistemin e sotëm të regjistrimit dhe mbrojtjes së Markës Tregtare.

Sistemi ndihmon konsumatorët të identifikojnë dhe të blejnë një produkt ose shërbim të bazuar në karakteristikat dhe cilësinë e tij, të vërtetuar nga marka e tij unike, plotësojnë nevojat e tyre. Mbrojtja e Markës Tregtare siguron që pronarët e markave të kenë të drejtën ekskluzive t'i përdorin ato për të identifikuar mallrat ose shërbimet, ose t'i autorizojnë të tjerët t'i përdorin ato para se të paguajnë. Periudha e mbrojtjes ndryshon nga një shtet në shtetin tjetër, por marka tregtare mund të rinovohet pafundësisht me pagimin e tarifave përkatëse. Mbrojtja e Markës Tregtare zbatohet me ligj nga gjykatat që, në shumicën e sistemeve, kanë autoritetin për të ndaluar shkeljen e Markës Tregtare. Në një kuptim më të madh, markat tregtare promovojnë nismë dhe ndërmarrje në të gjithë botën duke i shpërblyer pronarët e tyre me njohje dhe fitim financiar. Mbrojtja e Markës Tregtare gjithashtu, pengon përpjekjet e konkurrentëve të padrejtë, si kundërvajtës, për të përdorur shenja të ngjashme dalluese për të tregtuar produkte ose shërbime të ndryshme inferiorore. Sistemi u mundëson njerëzve me aftësi dhe ndërmarrje të prodhojnë mallra dhe shërbime të markave në kushtet më të drejta të mundshme, duke lehtësuar kështu tregtinë ndërkombëtare.

Markat Tregtare mund të jenë një fjalë ose një kombinim i fjalëve, shkronjave dhe numrave. Ato mund të përbëhen nga vizatime, simbole ose shenja dy dhe tre-dimensionale, të tilla si forma dhe paketimi i mallrave. Në disa vende, shenja jo-tradicionale mund të regjistrohen edhe tipare dalluese të tilla si: hologramet, lëvizja, ngjyra dhe shenjat jo të dukshme, tingujt, aromat ose shijet, etj. Përveç identifikimit të burimit tregtar të mallrave ose shërbimeve, ekzistojnë edhe disa kategori të markave të tjera tregtare.

Markat kolektive zotërohen nga një shoqatë, anëtarët e së cilës i përdorin ato për të treguar produkte me një nivel të caktuar të cilësisë dhe që pranojnë të reklamohen këtu për kërkesat specifike të përcaktuara nga shoqata. Shoqata të tilla mund të përfaqësojnë, për shembull, llogaritarë, inxhinierë ose arkitektë. Shenjat e certifikimit jepen për pajtueshmëri me standardet e përcaktuara, por nuk kufizohen në asnjë anëtarësi.

Ato mund t'i jepen ndonjë personi që mund të vërtetojë që produktet e tyre plotësojnë disa standarde të përcaktuara. Disa shembuj të çertifikimit të njohur janë standardet e pranuar ndërkombëtarisht "ISO 9000" dhe ekolabelet për produktet me ndikim të zvogëluar në mjedis. (WIPO Intellectual Property Handbook)

2.1.3. Llojet e markave tregtare sipas regjistrimit dhe sipas mënyrës së krijimitarisë

Markat Tregtare janë të llojllojshme për këtë edhe ndahen në **katër** kategori kryesore të cilat do t'i paraqesim më poshtë:

Markat e shpikura janë në krye të shkallës për sa i përket veçorisë dhe forcës. Një markë e shpikur, referuar gjithashtu si një markë "origjinale", nuk ka aspak kuptim përveç nëse shoqërohet me një produkt ose shërbim - është një fjalë "made-up" (ose model). Shembuj të markave të krijuara janë KODAK® për produktet e fotografisë dhe GOOGLE® për shërbimet e shfletuesit të Internetit.

Markat arbitrare janë të dytat në shkallën e veçorisë dhe forcës. Një Markë Tregtare arbitrare është një fjalë që ka një kuptim të zakonshëm fjalori, por nuk ka ndonjë kuptim të veçantë në lidhje me mallrat ose shërbimet për të cilat aplikohet, përveç funksionit të saj identifikues të burimit. Një shembull i një marke arbitrare është APPLE® për kompjuterët.

Markat sugjестive nuk janë aq dalluese sa markat e krijuara ose ato arbitrare, por përsëri mund të konsiderohen marka të forta. Një markë sugjeruese lë të kuptohet për ndonjë funksion ose pronë të produktit ose shërbimit, por nuk e përshkruan atë drejtpërdrejt. Në këtë rast një konsumatori i kërkohet të përdorë një shkallë të mendimit ose imagjinatës për të konstatuar natyrën e saktë të mallrave. Markat sugjестive shpesh përmbajnë fjalë që mishërojnë cilësi ose karakteristika të dëshirueshme të lidhura me një produkt ose shërbim - të tilla si efikasiteti, shpejtësia, saktësia, komoditeti ose eleganca. Shembuj të markave sugjeruese përfshijnë GREYHOUND® për shërbimet e autobusëve dhe CARESS® për sapunin e trupit.

Markat përshkruese janë ndër markat më pak dalluese dhe më të dobëta. Një markë përshkruese është një fjalë ose model që përshkruan drejtpërdrejt produktin ose shërbimin në një mënyrë që nuk kërkon ndonjë imagjinatë. Kompanitë mund të tundohen të përdorin marka përshkruese sepse ata dëshirojnë që konsumatorët të njohin menjëherë natyrën e produktit ose shërbimit pasi të shohin markën. Shkëmbimi është se markat përshkruese mund të jenë të

vështira për t'u mbrojtur dhe për t'u regjistruar në Zyrën e Patentave dhe Markave të SH.B.A. (USPTO) sepse ato nuk janë veçanërisht dalluese në lidhje me produktin ose shërbimin. Fjalët ose modelet që fillojnë thjesht si marka përshkruese mund të fitojnë veçori, ose "kuptim dytësor", me kalimin e kohës nëse konsumatorët përfundimisht mësojnë t'i njohin ato si marka tregtare. Sidoqoftë, lidhur me këtë aspekt mund të duhen pesë vite ose më shumë dhe miliona dollarë reklamim dhe promovim para se konsumatorët të njohin fjalët ose modelet kryesisht si marka tregtare sesa thjesht fjalë të zakonshme ose modele pa ndonjë kuptim të veçantë. Shembuj të shenjave përshkruese që kanë fituar veçori përfshijnë COMPUTERLAND® për shërbimet e dyqaneve kompjuterike dhe VISION WORLD® për shërbimet e dyqaneve optike (Faegre & Benson LLP, 2010).

Marka e shërbimit është e njëjtë me një Markë Tregtare, por ajo dallon një kompani që ofron shërbime në vend të produkteve. Një markë shërbimi ende bie nën ligjet e markave tregtare të ligjshme dhe duhet të regjistrohet në USPTO. Një shembull i zakonshëm i një marke shërbimi do të ishte marka e shërbimit "McDonald's" pasi ajo përdoret për të përfaqësuar shërbimet e ofruara.

Gjithashtu, edhe në bazë të **regjistrimit** Markat Tregtare ndahen në: a) Marka individuale, b) Marka kolektive. Kjo ndarje tregon se pronësia e tyre i përket formës së krijimit nga një ose disa krijues të cilët zgjedhin të njëjtën formë për ta regjistruar, pra pronësia të tregojë pronarin tek Markat Individuale dhe pronarët tek Markat Kolektive. (Upcounsel.com, 2020)

KAPITULLI II

2.2. REGJISTRIMI SI PROCES PËR LEGJITIMIMIN DHE EFEKTET PAS TIJ

2.2.1. Procedura paraprake nga krijuesi për regjistrimin e Markës Tregtare

Si në çdo procedurë tjetër edhe për regjistrimin e Markës Tregtare krijuesi i saj duhet që të bëjë një përgatitje mjaft serioze dhe të mirëfilltë në mënyrë që institucionit për regjistrim t'i japë prova, që të arrihet regjistrimi dhe mbrojtja e një Marke Tregtare. Në përgjithësi, çdo person që synon të përdorë një markë tregtare ose ta përdorë atë nga palët e treta mund të aplikojë për regjistrimin e saj. Ky person mund të jetë një person fizik ose një person juridik, madje edhe një kompani mbajtëse. (World Intellectual Property Organisation, 1993)

Pronari i një marke tregtare pasi e regjistron atë, ka të drejtën të vendosë se kush mund ta përdorë ose jo markën tregtare. Pronari i markës tregtare mund t'iu japë autorizim apo licencë palëve të tjera për përdorimin e markës, në bazë të kushteve për të cilat është rënë dakord në mënyrë të ndërsjellë. Pronari mund t'ia shesë, gjithashtu, të drejtën dikujt tjetër, i cili, më pas, bëhet pronari i ri i kësaj marke tregtare. Nëse regjistrimi i markës nuk ripërtërihet, mbrojtja e markës tregtare mbaron me përfundimin e afatit të saj dhe pronari nuk posedon më të drejta ekskluzive mbi markën. Sipas legjislacionit në Kosovë, me qëllim që të jetë e regjistrueshme një shenjë duhet të përmbushë disa kushte, me qëllim që të gëzojë mbrojtjen si markë tregtare. Ajo duhet të jetë e dallueshme, në mënyrë që konsumatorët të mund ta shquajnë si shenjë identifikuese të një produkti të caktuar, si edhe nga markat e tjera identifikuese të produkteve. Ajo nuk duhet të keqinformojë, të mashtrtojë apo të vë në lajthitje konsumatorët dhe as të shkelë rendin e moralin publik. Së fundi, të drejtat për të cilat aplikohet nuk mund të jenë të njëjta apo të ngjashme me të drejtat që i janë dhënë tashmë një pronari tjetër marke. Përafërsisht të gjitha legjislacionet në vende të ndryshme janë të unifikuara përsa i përket procesit të aplikimit për regjistrimin e Markave Tregtare dhe Markave të Shërbimit, ku edhe Republika e Kosovës aplikon kritere të standardizuara në kuadër të harmonizimit ligjor me BE-në. Sipas USPTO, ekzistojnë disa hapa për të regjistruar një Markë Tregtare, **të cilët janë në një strukturë ndryshe brenda sistemit mbrojtës të Amerikës, në dallim me atë të Kosovës dhe vendeve Europiane.**

Hapi i parë: Konstatohet nëse është aplikimi i duhur i Markës Tregtare

Markat tregtare, patentat, të drejtat e autorit, emrat e përdorimit dhe regjistrimet e emrave të biznesit ndryshojnë, kështu që është e rëndësishme të dihet nëse një Markë Tregtare është e përshtatshme sipas planifikimit të krijuesit. Një Markë Tregtare zakonisht mbron emrat e brendeve dhe logot e përdorura në mallra dhe shërbime. Një patentë mbron një shpikje. E drejta e autorit mbron një vepër origjinale artistike ose letrare. Për shembull, nëse dikush shpik një lloj të ri të fshesës me korrent e cila vjen si risi, e panjohur dhe përmban elemente të panjohura më parë, d.m.th. nuk bie ndesh me mbajtës të mëparshëm të drejtash, në këtë rast do të aplikohet për një patentë, për të mbrojtur vetë shpikjen. Aplikimi kryhet për të regjistruar një markë tregtare për të mbrojtur emrin e markës së fshesës me korrent, për të regjistruar dizajnin e jashtëm të estetikës të fshesës, si edhe mund të regjistrohen të drejtat e autorit për reklamën televizive që përdoret për të shitur produktin.

Në mënyrë të ngjashme, përdorimi i një emri të biznesit nuk kualifikohet domosdoshmërisht si përdorim i Markës Tregtare, megjithëse përdorimi tjetër i një emri biznesi si burim i mallrave ose shërbimeve mund ta kualifikojë atë si një emër biznesi, ose, edhe si markë tregtare. Shumë shtete dhe juridiksione lokale regjistrojnë emrat e biznesit, ose si pjesë e marrjes së një çertifikate për të bërë biznes ose si një regjistrim i supozuar i emrit. Për shembull, në një shtet ku do të bëhet një biznes i caktuar, paraqiten dokumente për të formuar një njësi biznesi, të tilla si një korporatë ose kompani me përgjegjësi të kufizuar.

2.2.2. Aplikimi dhe elementet e tij, data e aplikimit dhe procedurat deri në shpalljen e regjistrimit

Pas procedurave paraprahe të regjistrimit të Markës Tregtare, menjëherë fillon aplikimi i cili më vonë do të rezultojë me regjistrim të saj dhe mbrojtje ligjore nga kopjimi dhe konkurrenca e padrejtë. Edhe Kosova ka tashmë të sanksionuar sistemin e legjitimit si aset pronësor, përmes formateve standarde të aplikimit në faqen zyrtare të KIPA, për regjistrimin, ku aplikanti duhet të ndërmarrë hapat procedural në vijim:

1. Paraqitja e aplikimit për regjistrim të markës tregtare, i cili përmban:
 - ✓ Formularin e aplikimit për regjistrimin e markës, ky formular plotësohet nga specialistë që kanë njohuri të mjaftueshme rreth kërkesave dhe kriterëve ligjore që përmbajnë formularët e aplikimit

- ✓ Dukjen e shenjës, të shpjeguar qartë nga krijuesi,
 - ✓ Listën e mallrave dhe shërbimeve ku do të zbatohet shenja, duke treguar kategoritë e klasifikimit të Nicës, ku vlen që përcaktimi të jetë i saktë dhe të bëhet nga ekspertë që njohin dhe dinë të klasifikojnë markat,
 - ✓ Informatat e aplikuesit, ku hyjnë gjeneralitetet dhe adresa e rregullt e banimit, adresë e-maili, telefoni, etj,
 - ✓ Autorizimin, kur aplikimi dorëzohet përmes përfaqësuesit të autorizuar,
 - ✓ Dëshminë e prioritetit, nëse kërkohet e drejta e prioritetit,
2. Ekzaminimi, si një proces me mjaft rëndësi, ku përcaktohet nëse marka kopjon ose jo një markë tjetër ekzistuese,
 3. Publikimi i aplikimit për markë tregtare, përmes të cilit njoftohet bota e biznesit që po regjistrohet një produkt i ri, apo me efektin për të kundërshtuar këtë aplikim nga palë që iu cenohet marka e tyre e mëparshme,
 4. Kundërshtimi, brenda 3 muajve,
 5. Regjistrimi ose refuzimi i markës tregtare.

Kjo praktikë aplikohet si e unifikuar në shumicën e vendeve të rajonit por, edhe më gjerë, ndërsa sistemi Amerikan i regjistrimit të markave ndjek hapat proceduralë të përcaktuar. Sipas USPTO aplikimi për Markën Tregtare dhe procedurat e mëtejshme vazhdon si në vijim:

Hapi i dytë: Përgatitja e Aplikimit

Përzgjedhja e një marke

Si fillim përcaktohet lloji i mbrojtjes që nevojitet, konkretisht, mbrojtje e Markës Tregtare, atëherë zgjedhja e një marke është hapi i parë në procesin e përgjithshëm të aplikimit dhe/ose regjistrimit. Kjo duhet të bëhet me mendim dhe kujdes, sepse jo çdo markë është e regjistrueshme në USPTO, si edhe, jo çdo markë është e mbrojtshme ligjrisht, domethënë, disa marka mund të mos jenë në gjendje të shërbejnë si bazë për një kërkesë ligjore nga pronari që kërkon të ndalojë të tjerët të përdorin një markë të ngjashme në mallrat ose shërbimet e lidhura. Bizneset dhe individët e rinj në Markat Tregtare dhe procesin e aplikimit dhe/ose regjistrimit shpesh zgjedhin një markë për produktin ose shërbimin e tyre që mund të jetë e vështirë ose madje e pamundur të regjistrohet dhe/ose të mbrohet për arsye të ndryshme. Para se të paraqitet një kërkesë për Markë Tregtare apo Markë Shërbimi, duhet patur parasysh:

1. Nëse marka që dëshironi të regjistroni është e regjistrueshme, dhe
2. Sa e vështirë do të jetë të mbron markën tuaj bazuar në forcën e markës së zgjedhur.

Duhet patur parasysh se në këtë drejtim, USPTO regjistron vetëm Markën, kurse pronari i markës, është vetëm përgjegjës për zbatimin e të drejtave që burojnë nga regjistrimi i saj.

Hapi i tretë: Përgatitja dhe paraqitja kërkesës

Detajet e këtyre proceseve janë me mjaft rëndësi të njihen pasi kanë dallime nga praktikat e regjistrimit që aplikohen në shumicën e vendeve të tjera e sidomos ato europiane.

Aplikimi për Markë Tregtare

Plotësohet aplikacioni në internet përmes Sistemit Elektronik të Aplikimit të Markave Tregtare (TEAS). Aplikanti duhet të njihet me informacionin mbi tarifën e Markës Tregtare.

Tarifa e aplikimit është një tarifë përpunimi. Jo të gjitha aplikacionet rezultojnë në regjistrime. Tarifa e aplikimit nuk është e rimbursueshme edhe as e kthyeshme, edhe nëse ka probleme regjistrimi. Aplikanti duhet të lexojë në lidhje me informacionin personal në regjistrat e Markave Tregtare përpara se të plotësojë.

Monitorimi i statusit të aplikimit

Gjatë gjithë procesit, aplikanti është përgjegjës për monitorimin e progresit të aplikimit të tij përmes Sistemit të Statusit të Markës Tregtare dhe Tërheqjes së Dokumentit (TSDR). Aplikanti duhet të kontrollojë statusin e aplikimit të tij të paktën çdo gjashtë muaj pas regjistrimit fillestar të aplikimit, sepse përndryshe mund të humbasë një afat regjistrimi.

Adresa e aplikuesit dhe adresa e postës elektronike

Është me rëndësi që aplikanti të mirëmbajë dhe përditësojë adresën e tij, përfshirë adresën e postës elektronike.

Hapi i katërt: Duhet të Punohet me avokatin e caktuar të ekzaminimit të USPTO

USPTO shqyrton aplikacionin

Pasi USPTO të përcaktojë që aplikanti ka përbushur kërkesat minimale të regjistrimit, caktohet një numër serial i aplikacionit dhe aplikacioni i përcillet një avokati ekzaminues. Kjo mund të zgjasë disa muaj. Avokati ekzaminues shqyrton aplikimin për të përcaktuar nëse ai është në përputhje me të gjitha rregullat dhe statutet në fuqi dhe përfshin të gjitha tarifatat e kërkuara. Tarifatat e regjistrimit nuk do të rimbursohen, edhe nëse aplikimi më vonë është regjistrim i refuzuar për arsye ligjore. Një rishikim i plotë përfshin një kërkim për shenja konfliktuale dhe një ekzaminim të aplikacionit me shkrim, vizatimit dhe çdo shembulli.

USPTO lëshon letër si veprim zyrtar

Nëse avokati ekzaminues përcakton që një markë nuk duhet të regjistrohet, avokati ekzaminues do të lëshojë një letër njoftuese si veprim zyrtar duke shpjeguar ndonjë arsye

thelbësore të refuzimit dhe çdo mangësi teknike ose procedurale në kërkesë. Nëse kërkohen vetëm korrigjime të vogla, avokati ekzaminues kontakton me telefon ose e-mail aplikantin.

Aplikanti përgjigjet brenda afateve kohore të përcaktuara në letër

Nëse avokati ekzaminues i dërgon aplikantit një ecuri mbi veprimet e zyrës, aplikanti ose avokati, me atë dokument, paraqitet për të marrë një informacion konkret apo një përgjigje për veprimin e zyrës e kryera nga USPTO, brenda gjashtë muajve nga data e lëshimit të informacionit mbi veprimet e zyrës, ose aplikimi do të shpallet i refuzuar.

Hapi i pestë: Merret miratimi dhe/ose refuzimi i aplikimit

USPTO publikon markën

Nëse avokati ekzaminues nuk ka asnjë pretendim ndaj regjistrimit, ose nëse aplikimi i kalon të gjitha kundërshtimet, avokati ekzaminues do të miratojë markën për botim në "Gazetën Zyrtare", si një botim javor i USPTO. USPTO i dërgon aplikantit një njoftim të botimit duke shënuar datën e botimit. Pasi marka është botuar në "Gazetën Zyrtare", çdo palë që beson se mund të dëmtohet nga regjistrimi i markës ka 30 ditë nga data e botimit për të paraqitur një kundërshtim të regjistrimit ose një kërkesë për të zgjatur kohën e kundërshtimit.

Procesi i kundërshtimit është i ngjashëm me një procedim në një gjykatë federale, por mbahet para Bordit të Gjyimit dhe Apelit të Markës Tregtare (TTAB), e cila funksionon si një gjykatë administrative brenda USPTO. Nëse gjatë kësaj kohe nuk paraqitet asnjë kundërshtim ose nëse kundërshtimi është i pasuksesshëm, aplikimi hyn në fazën tjetër të procesit të regjistrimit të markës tregtare. Mund të duhen tre deri në katër muaj nga koha kur njoftimi i publikimit dërgohet përpara se aplikanti të marrë njoftimin zyrtar për statusin e ardhshëm të aplikimit. Gjatë kësaj kohe, duhet të vazhdohet me monitorimin e statusit të aplikimit përmes sistemit TSDR siç shpjegohet më lart në Hapin 3.

Çështjet e çertifikatës së regjistrimit për aplikimet bazuar në përdorim

Nëse marka bazohet në përdorimin në tregti, në një regjistrim të huaj, ose në një zgjatje të mbrojtjes së një regjistrimi ndërkombëtar në Shtetet e Bashkuara sipas Seksionit 66 (a), dhe asnjë palë nuk paraqet një kundërshtim ose kërkesë për të zgjatur kohën për të kundërshtuar, USPTO regjistron markën dhe i dërgon pronarit apo mbajtësit të të drejtave një çertifikatë regjistrimi. Pas regjistrimit të markave, pronari i markës duhet të paraqesë dokumente specifike të mirëmbajtjes për ta mbajtur regjistrimin të vlefshëm.

Njoftimi i çështjeve të lejimit për aplikimet bazuar në një qëllim për të përdorur markën

Nëse marka tregtare është botuar, bazuar në qëllimin e tij, të mirëbesimit të aplikantit për të përdorur markën në tregti dhe asnjë palë nuk paraqet një kundërshtim ose kërkesë për të zgjatur kohën për të kundërshtuar, USPTO do të lëshojë një njoftim të lejimit rreth (8) tetë javë pas datës që është botuar marka tregtare. Aplikanti gjithashtu brenda kësaj kohe, ka gjashtë muaj nga data e njoftimit të lejimit për përdorim, ose të:

- Përdorë markën në tregti dhe të dorëzojë një deklaratë përdorimi (SOU); ose
- Të kërkojë një zgjatje duke kërkuar gjashtë muaj kohë për të paraqitur një deklaratë përdorimi (kërkesë për zgjatje afati).

Njoftimi i lejimit është një njoftim me shkrim nga USPTO se një markë specifike i ka mbijetuar periudhës së kundërshtimit pas botimit në Gazetën Zyrtare, dhe për pasojë është lejuar, por kjo nuk do të thotë ende që marka është regjistruar. Marrja e një njoftimi për shtesën e afatit është një hap tjetër në rrugën e regjistrimit. Njoftimet e lejimit lëshohen vetëm për aplikime që kanë një bazë regjistrimi me qëllim për të përdorur një markë në tregti, sipas Aktit të Markës së Tregut Seksioni 1 (b).

Aplikanti plotëson deklaratën duke përcaktuar kohën e përdorimit ose kërkesën për zgjatje afati

Aplikanti ka gjashtë muaj nga data e postimit të njoftimit të lejimit, në të cilin ose mund të paraqesë një deklaratë përdorimi (SOU), ose të paraqesë një kërkesë për zgjatje afati. Mund të paraqiten më shumë se një kërkesë për zgjatje afati, por ekziston një kufi për numrin e përgjithshëm të kërkesave të lejuara për zgjatjen e afatit kohor si dhe të paraqitjes së tyre.

Kur aplikuesi nuk plotëson në kohë deklaratën e përdorimit ose kërkesën për zgjatje afati!

Nëse aplikanti nuk e plotëson deklaratën e përdorimit ose kërkesën për zgjatje afati brenda (6) gjashtë muajve nga data e lëshimit të njoftimit të lejimit, aplikimi refuzohet (nuk është më në pritje dhe/ose nën shqyrtim për aprovim). Për të vazhduar procesin e aplikimit, aplikanti duhet të plotësojë një petition për të riaktivizuar aplikimin brenda dy muajve nga data e refuzimit.

USPTO rishikon Deklaratën e Përdorimit

Me qëllim që të shqyrtohet një deklaratë përdorimi (SOU), duhet të plotësojë kërkesat minimale të regjistrimit para se një avokat i ekzaminimit ta shqyrtojë plotësisht atë. Nëse deklarata e përdorimit/ SOU plotëson kërkesat minimale të regjistrimit, atëherë avokati ekzaminues e shqyrton atë për të përcaktuar nëse është e pranueshme të lejohet regjistrimi. Dorëzimi i një deklarate të përdorimit/ SOU nuk garanton regjistrimin. Aplikanti nuk mund të tërheqë SOU – në, dhe tarifa e regjistrimit nuk do të rimbursohet, edhe nëse regjistrimi i aplikimit të deklaratës së përdorimit më vonë refuzohet për arsye ligjore. Nëse nuk identifikohen refuzime ose kërkesa shtesë, avokati shqyrtues miraton deklaratën e përdorimit / SOU - në.

Nëse refuzimet ose kërkesat duhet të jenë ende në shqyrtim, avokati ekzaminues lëshon një letër, si veprim zyrtar ku shprehen refuzimet dhe/ose kërkesat. Ky është i njëjti proces që ndodh para botimit të markës nëse avokati shqyrtues përcakton se kërkesat ligjore duhet të plotësohen. Procesi dhe afatet mbesin të njëjta, përveç rasteve kur çështjet zgjidhen përfundimisht dhe deklarata e përdorimit miratohet, USPTO lëshon një regjistrim brenda afërsisht dy muajsh. Nëse të gjitha çështjet nuk zgjidhen, aplikimi do të dështojë.

Kur përgjigja e aplikantit nuk arrin të kapërcejë të gjitha kundërshtimet

Nëse përgjigja e dhënë nga aplikanti nuk i kapërcen të gjitha kundërshtimet, avokati ekzaminues do të lëshojë zyrtarisht një dokument përfundimtar refuzimi. Nëse kërkuesi nuk dakordohet me refuzimin përfundimtar, mund, për një tarifë shtesë, ta apelojë vendimin në TTAB.

Hapi i gjashtë: Mbajtja e regjistrimit

Çështjet e certifikatës së regjistrimit

Afërsisht brenda dy muajve pasi aprovohet deklarata e përdorimit, USPTO lëshon dokumentin e regjistrimit. Për ta mbajtur regjistrimin “aktiv”, regjistruesi duhet të paraqesë dokumente specifike të mirëmbajtjes. Dështimi për të bërë regjistrimin e kërkuar, do të rezultojë në anulim dhe/ose skadim të regjistrimit. Nëse regjistrimi i aplikimit është anuluar ose skaduar, opsioni i vetëm është paraqitja e një kërkesë të re dhe fillimi përsëri i të gjithë procesit që nga fillimi. Fakti që marka tregtare ishte regjistruar më parë nuk garanton regjistrim kur dorëzohet një aplikim i ri.

Monitorimi i statusit të regjistrimit

Edhe nëse marka regjistrohet, fillon statusi i regjistrimit mbi bazë vjetore përmes Sistemit të Statusit të Markës Tregtare dhe rikthimit të dokumenteve (TSDR). Është veçanërisht e

rëndësishme të kontrollohet statusi i regjistrimit, përfshirë midis vitit **të pestë dhe të gjashtë** pas datës së regjistrimit dhe midis vitit **të nëntë dhe të dhjetë** pas datës së regjistrimit.

Adresa e të regjistruarit dhe adresa e postës elektronike

Një ndër veprimet me rëndësi është që të mirëmbahet dhe përditësohet adresa nga mbajtësi i të drejtave, përfshirë edhe adresën e postës elektronike.

Mbrojtja e të drejtave

Aplikuesi është përgjegjës për zbatimin e të drejtave të tij nëse merr një regjistrim, sepse USPTO nuk “mbikëqyr” përdorimin e markave. Ndërsa USPTO përpiqet të sigurojë që asnjë palë tjetër nuk merr një regjistrim federal për një markë identike ose të ngjashme, ose siç zbatohet për mallrat dhe/ose shërbimet e lidhura, pronari i një regjistrimi është përgjegjës për ndërmarrjen e ndonjë veprimi ligjor, për të ndaluar një palë apo një shkelës, të përdorë Markën Tregtare. Nëse një mbajtës i të drejtës dyshon se një markë e regjistruar po cenohet ose mund t'i nënshtrohet shkeljes në të ardhmen, atëherë, marka e regjistruar mund të shënohet tek rrjeti Doganor dhe Mbrojtja e Kufirit të SH.B.A.-së, përmes aplikimit të saj në e-Regjistrim (USPTO.gov, 2020).

2.2.3. Efektet dhe të drejtat që burojnë nga regjistrimi i Markës Tregtare

Të drejtat e Markave Tregtare përcaktohen bazuar në Ligjin për Markat Tregtare në mënyrë që të ruajnë reputacionin e biznesit të një subjekti që përdor Marka Tregtare dhe të mbrojnë interesin e konsumatorëve. Kur një individ paraqet një kërkesë për regjistrim të Markës Tregtare në Zyrat e Pronësisë Industriale dhe paguan tarifën e regjistrimit pasi vendoset që të jepet regjistrimi përmes ekzaminimit, regjistrimi vendoset në regjistrin e Markës Tregtare dhe lindin të drejtat e Markës Tregtare. Një pronar i të drejtave të Markës Tregtare ka të drejta ekskluzive për të përdorur markën e regjistruar tregtare në lidhje me mallrat ose shërbimet e përcaktuara (Akti i Markës). Për më tepër, një pronar i të drejtave të Markës Tregtare lejohet të përjashtojë përdorimin e fushës së ngjashmërisë nga një markë tjetër, sipas të njëjtit akt.

Pronari i të drejtave të Markës Tregtare mund të kërkojë nga një person që i shkel të drejtën, që ta ndërpresë shkeljen dhe të kërkojë kompensimin e dëmit. Efektet e të drejtave të Markave Tregtare shtrihen në të gjithë vendin dhe ato nuk mbulojnë vendet e huaja; prandaj, është e rëndësishme të merren të drejta përmes regjistrimit në vendin ku do të kryhet biznesi, pra në vendet e huaja. Të drejtat e Markës Tregtare janë të drejta për të monopolizuar përdorimin e markave tregtare të regjistruara në lidhje me mallrat ose shërbimet e përcaktuara, dhe përjashton

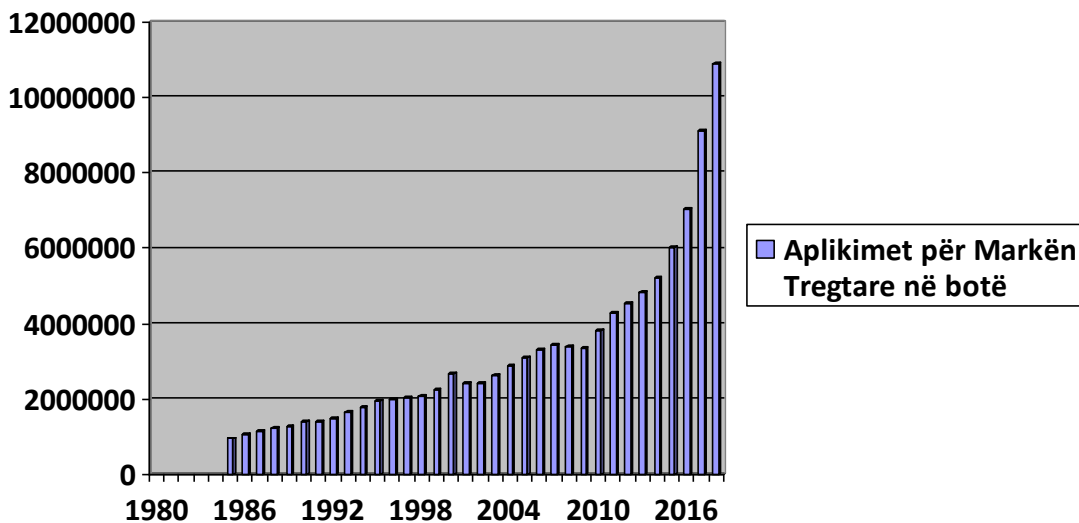
përdorimin e fushës së ngjashmërisë nga një person tjetër. Sidoqoftë, rastet kur aktivitete të suksesshme ekonomike kanë të ngjarë të ndërhyjnë duke zgjeruar efektet e të drejtave të Markave Tregtare pa dallim, duhet të konstatohen dhe të merren masa për moskonfuzimin e konsumatorit.

1. Rastet kur marka tregon emrat e një aplikanti në mënyra të zakonshme. Për shembull, rasti kur ekziston një markë tregtare e regjistruar identike me emrin e kompanisë, personi nuk i nënshtrohet cenimit të së drejtës së markës tregtare, për aq sa përdor emrin e markës, ashtu siç përdor emrin e kompanisë së vet.

2. Rastet kur tregon emrat e zakonshëm, cilësitë, etj. të mallrave ose shërbimeve në mënyra të përbashkëta.

Madje një rast kur shkronjat, etj, që tregojnë emrat dhe cilësitë e zakonshme të mallrave dhe shërbimeve janë të regjistruara, nuk i nënshtrohet shkeljes së së drejtës së markës tregtare, sepse shkronjat lejohen të përdoren nga pala e tretë lirisht për aq sa i përdor ato që tregojnë emrat dhe cilësitë e zakonshme të mallrave dhe shërbimeve.(JPO.go.jp, 2020)

*Figura nr. 1. Të gjitha aplikimet për Markat Tregtare (drejtpërdrejt dhe përmes Sistemit të Madridit)
Burimi: WIPO IP Statistics Data Center, Prill 2020, <https://www3.wipo.int/ipstats/ipsBarchartval>*



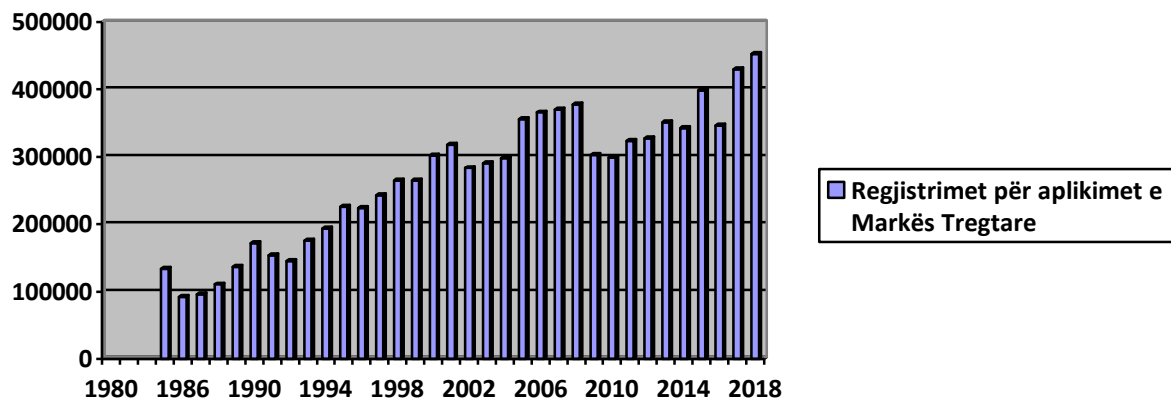


Figura nr. 2. Regjistrimet për aplikime përmes Sistemit të Madridit. Burimi: WIPO IP Statistics Data Center, Prill 2020, <https://www3.wipo.int/ipstats/ipsStakeBarchart>

KAPITULLI III

2.3. NDËRKOMBËTARIZIMI DHE RREGULLIMI LIGJOR I MARKËS TREGTARE

2.3.1. Marka europiane dhe procedurat e regjistrimit të saj

Sikurse dihet, globalizimi ka qenë kryefjala në vitet e fundit në ekonominë botërore. Nga pikëpamja ekonomike, ajo lidhet kryesisht me bashkimet e kompanive më të mëdha industriale që janë përgjegjëse për furnizimin e tregut global. Sidoqoftë, ky proces nuk është një shqetësim ekskluziv i korporatave të mëdha.

Fjala globalizim ("global" = "që ndikon në të gjithë tokën") përshkruan një "ndërvarësi ekonomike të subjekteve ekonomike që përfshin të gjitha vendet në rruzull".

Globalizimi zhvillohet në thelbin ekonomik përmes proceseve të ndërkombëtarizimit të ndërmarrjeve, tregjeve dhe në lidhje me ndërkombëtarizimin e industrive dhe ekonomive të tëra. Nga pikëpamja e biznesit, ndërkombëtarizimi kuptohet se do të thotë: "çdo aktivitet ndërkufitar i një organizate", kurse nga pikëpamja ekonomike "rritja e ndërvarësisë ndërkombëtare" mund të përcaktojë si shtetin ashtu edhe procesin që çon në këtë gjendje ekonomike. (Beyer, 1999)

Pas këtyre ndryshimeve të mëdha që ndodhën gjatë historisë filloi një vetëdijësim se për të arritur një qëndrueshmëri të përdorimit të Markës Tregtare duhej që të krijoheshin institucione të cilat i mbrojnë ato, dhe duhej të miratoheshin ligje të cilat do të arrinin që shtetet në të gjithë botën t'i merrnin si model për rregullimin ligjor të Markës Tregtare. Institucionet e para që u krijuan për mbrojtjen e Pronësisë Intelektuale në veçanti të Markës Tregtare ishin:

- ✓ WIPO e themeluar më 14.07.1967 (WIPO IP Portal.int)
- ✓ USPTO e themeluar më 02.01.1975 (National Archives.org, 2016)
- ✓ ARIPO e themeluar më 1976 (ku bëjnë pjesë vetëm 19 shtete afrikane) (WIPO IP Portal.int)
- ✓ EUIPO e themeluar më 15.03.1994 (Abg Intellectual Property.com)

Në Bashkimin Europian, ekziston një sistem me katër nivele për regjistrimin e Markave Tregtare, por ajo se çfarë zgjedhin mbajtësit e të drejtave, varet tërësisht nga nevojat e biznesit të tyre.

Le të themi që mbajtësi i të drejtave thjesht dëshiron mbrojtje në një Shtet Anëtar të BE-së, ose atje ku bazohet biznesi i tij, apo ku dëshiron të tregtojë. Mbajtësi i të drejtave mund të bëjë një kërkesë për Markë Tregtare direkt në zyrën përkatëse kombëtare të Pronësisë

Industriale. Lista e plotë e zyrave kombëtare brenda Bashkimit Europian ka këto shtete përbërëse: Austria, Beneluxi, Bullgaria, Danimarka, Estonia, Franca, Finlanda, Greqia, Gjermania, Hungaria, Italia, Irlanda, Kroacia, Latvia, Malta, Portugalia, Polonia, Qipro, Republika Çeke, Rumania, Spanja, Suedia, Sllovenia.

Nëse mbajtësi i të drejtave dëshiron mbrojtje në Belgjikë, Holandë dhe/ose në Luksemburg, mund të bëjë një kërkesë në Zyrën e Pronës Intelektuale të Beneluxit (BOIP), e vetmja zyrë e Pronësisë Intelektuale e nivelit rajonal në Bashkimin Europian, për mbrojtjen e Markave Tregtare në ato tre Shtete Anëtare.

Nëse mbrojtësi i të drejtave dëshiron mbrojtje në më shumë shtete anëtare të BE-së, mund të aplikojë për një Markë Tregtare të BE-së nga EUIPO-ja, kjo është rruga evropiane e aplikimit. Një aplikim online në EUIPO kushton 850 € dhe paraqitet në vetëm në një gjuhë. Kur marrin aplikimin e krijuesit të Markës Tregtare, Zyra e kontrollon atë dhe e përpunon, dhe pasi ta regjistrojë, marka tregtare mund të rinovohet në mënyrë të pacaktuar çdo 10 vite.(EUIPO.europa.eu, 2016)

Llojet e markave të regjistrueshme

Ekzistojnë **tre** lloje të markave tregtare të regjistrueshme në EUIPO.

Markat individuale: Markat individuale janë unike dhe dallojnë shërbimet ose produktet e ndërmarrjeve, në mënyrë të veçantë nga bizneset e tjera. Tarifa bazë për një aplikim të markës individuale në internet është 850 €.

Markat kolektive: Këto marka ndihmojnë mbajtësit e të drejtave të dallojnë shërbimet dhe produktet e një grupi organizatash ose shoqatash nga konkurrentët e tyre. Disa organizata përdorin marka kolektive për të përfaqësuar një grup produktesh që kanë karakteristika të ngjashme. Tarifa bazë për një aplikim elektronik të markës kolektive është 1500 €.

Markat e certifikimit: Këto marka janë të afta të dallojnë shërbimet ose mallrat e tyre që janë të certifikuara nga pronari i Markës Tregtare në lidhje me performancën e shërbimeve, saktësinë, mënyrën e prodhimit ose materialin. Këto shenja veprojnë si një pikë referimi për cilësinë e mbikëqyrur. Prandaj, çdo individ ose kompani mund të aplikojë për këtë markë për sa kohë që nuk janë të përfshirë në furnizimin e produkteve ose shërbimeve të certifikuara. Sidoqoftë, kjo markë nuk është e zbatueshme për të certifikuar një produkt ose shërbim bazuar në origjinën gjeografike. Aplikantët që paraqesin aplikimin e gatshëm për markat e certifikimit në mënyrë elektronike, duhet të paguajnë një tarifë prej 1500 €.

Detyrat e para-regjistrimit

Pasi mbajtësi i të drejtave të vendosë për markën, duhet të kryejë një kërkim të disponueshmërisë së Markës Tregtare për t'u siguruar që marka është në dispozicion. Ky kërkim është pa shpenzime dhe quhet vetekzaminim dhe mund t'i ndihmojë mbajtësit të të drejtave që të sigurojë se nuk ka marka ekzistuese të ngjashme me markën e tij. Ekzistojnë dy baza të ndryshme të të dhënave ku mbrojtësi i të drejtave mund të fillojë këtë kërkim. Ato janë e **Search Plus** dhe **TM view**.

EUIPO-ja për regjistrimin e markave ndjek klasifikimin e NICE-s, ku ka **45 klasa** të ndryshme të **mallrave** dhe **shërbimeve** në dispozicion, nga të cilat 34 klasa i përkasin produkteve dhe 11 klasa i përkasin shërbimeve. Aplikanti duhet të jetë real dhe të zgjedhë një ose më shumë klasa që i përshtaten biznesit të tij. Sidoqoftë, EUIPO e bën punën më të lehtë dhe ndihmon në zgjedhjen e klasës së duhur përmes Bazës së të Dhënave.

Aplikanti duhet të paguajë një tarifë shtesë prej 50 € për të përfshirë **një klasë të dytë** dhe një kosto prej 150 € secila nga **klasa e tretë e tutje**.

Paraqitja e aplikimit

EUIPO-ja ofron **dy lloj** aplikimesh për regjistrim. Ato janë: 1) Regjistrimet e harmonizuara dhe 2) Regjistrimet për ofruesit e Mallrave dhe shërbimeve.

1. Formulari i aplikimit me pesë hapa dhe 2. Formulari i avancuar. Format e përparuar iu vijnë në ndihmë aplikantëve kur duhet të paraqesin aplikacione komplekse të Markave Tregtare. Me fjalë të tjera, bizneset që vijnë me listën e tyre të shërbimeve dhe mallrave duhet të përdorin formën e përparuar. EUIPO-ja gjithashtu, ofron një mundësi të shpejtë. Zakonisht, aplikacionet e llojeve të shpejta do të marrin certifikata regjistrimi brenda një afati kohor më të shkurtër. Sidoqoftë, duhet të bëhet pagesa paraprake kur ato paraqiten në mënyrën e shpejtë. Ndërsa, mbajtësi i të drejtave mund të paguajnë brenda një muaji nga data e regjistrimit, ndërsa aplikojnë duke përdorur një formular të rregullt.

Faza e aprovimit

Ekzaminuesi kontrollon kërkesën e mbajtësit të të drejtave për të gjitha detajet përkatëse, klasat, dhe fillon një kërkim për të siguruar që nuk ka shenja kontradiktore. EUIPO-ja njofton nëse ka ndonjë çështje kundërshtie lidhur me aplikimin, siç janë: detajet që mungojnë, klasa e parëndësishme ose unike e markës. Mbajtësi i të drejtave duhet t'i përgjigjet pyetjeve të tilla brenda dy muajve. Gjithashtu mund të kërkojë një zgjatje dymujore nëse është e nevojshme.

Nëse ekzaminuesi ende refuzon aplikimin e tij, mbajtësi i të drejtave ka të drejtë të apelojë ose mund ta kthejë aplikacionin e BE-së në një regjistrim kombëtar nëse nuk ekzistojnë konfliktet juridike brenda kësaj procedure.

Faza e publikimit

Sapo EUIPO-ja të vendosë botimin e mbajtësit të së drejtave, ajo publikon Markën Tregtare në Buletinin e Markave të BE-së. Çdo palë e tretë mund të kundërshtojë markën tregtare me prova të mjaftueshme brenda tre muajve nga botimi i saj. Tani, aplikanti duhet të paraqesë kundërarargument me prova mbështetëse. EUIPO-ja vendos për aplikimin, duke u bazuar në provat dhe argumentet nga të dyja palët.

Faza e regjistrimit

Më në fund, kur Marka Tregtare thuhet se i ka kaluar kundërshtimet, EUIPO-ja regjistron zyrtarisht Markën Tregtare. Aplikanti mund të shkarkojë çertifikatën e regjistrimit brenda dy ditëve pas botimit. Zakonisht, EUIPO-ja nuk lëshon një kopje të shtypur të çertifikatës. Sidoqoftë, aplikanti mund të kërkojë një kopje fizike të çertifikatës së regjistrimit.

Regjistrimi i Markës Tregtare është i vlefshëm për (10) dhjetë vite. Prandaj, duhet që mbajtësi i të drejtave të sigurohet që ta rinovojë atë një herë në dhjetë vite.

Të aplikosh për një Markë Tregtare në EUIPO është mjaft e thjeshtë. Zyra përdor shumë baza të dhënash të dobishme që ndihmojnë gjatë gjithë procesit të regjistrimit të Markës Tregtare. Përveç kësaj, regjistrimi për një Markë Tregtare në itinerarin evropian ofron një gamë të gjerë mbrojtjeje. Kështu, regjistrimi i Markës Tregtare në EUIPO është një mjet i dobishëm për bizneset për të mbrojtur identitetin e markës së tyre në një zonë të gjerë gjeografike. (Intepat.com, 2020)

2.3.2. Marka tregtare sipas mbrojtjes USPTO të SHBA-së

Zhvillimi më i madh ekonomik si në shekujt e fundit po ashtu edhe në ditët e sotme është në territorin e SHBA-ve, dhe sigurisht që edhe Markat Tregtare janë në një numër më të shtuar dhe me një kualitet më cilësor. Markat tregtare në SHBA mbrohen nga ligjet e shtetit dhe ato Federale. Regjistrimi i një Marke Tregtare do t'i japë sa më shumë mbrojtje aplikantëve nga paditë për shkelje të markave tregtare. Legjislacioni kryesor federal është Akti i Markave Tregtare ose Akti Lanham i vitit 1946, dhe secili shtet ka ligjet e veta të Markave Tregtare.

Zyra e Patentave dhe Markave të Shteteve të Bashkuara (USPTO) është përgjegjëse për ekzaminimin dhe regjistrimin e Markave Tregtare. Mbajtësi i të drejtave mund të kursejë të holla në tarifën e regjistrimit duke aplikuar në internet, dhe njerëzit e interesuar mund të apelojnë vendimin e USPTO-s, në Bordin e Gjyimit dhe Apelit të Markës Tregtare ose TTAB, një pjesë e USPTO-s. Një vendim nga TTAB mund të apelohet në një gjykatë federale brenda SHBA-së. Zyrat shtetërore, shqyrtojnë dhe regjistrojnë Markat Tregtare në nivelin shtetëror. Pronësia e një Marke Tregtare përcaktohet zakonisht mbi bazën e përdorimit të parë. Pronari i një marke dalluese, jofunksionale mund të marrë të drejta të Common Law (Ligjit të Përbashkët) duke e përdorur atë vetëm në tregti. Këto të drejta janë të zbatueshme në gjykatat federale dhe shtetërore për shkak të Aktit të Lanham- it. Aplikantët e Markave Tregtare mund të marrin përparësi duke paraqitur një kërkesë për përdorim pranë USPTO.

Një markë e famshme tregtare ka më shumë mbrojtje ligjore sesa një markë që nuk është e famshme. Pronari i një marke të famshme mund të padisë sipas nenit 43 (c) të Ligjit Lanham për shkeljen e Markës Tregtare. Ai ose ajo gjithashtu mund të ndalojë përdorimin e një Marke Tregtare, edhe nëse është për produkte ose shërbime jokohërente. (UpCounsel.com, 2020)

2.3.3. Shtrirja e efekteve të përdorimit nga shteti në shtet të një marke tregtare

Qëllimi kryesor i Markës Tregtare është të njohë mallrat ose shërbimet si ato me origjinë nga një kompani e caktuar, ashtu edhe sikur ajo të jetë një produkt ose shërbim i veçantë. Marka Tregtare është e mbrojtur nga ana e ligjeve gjë kjo që i shërben një funksioni që tregon burimin e saj dhe nuk lejon që publiku të ngatërrohet në lidhje me burimin e Markës Tregtare.

Bashkëjetesa e Markës Tregtare nënkupton një situatë në të cilën dy ndërmarrje të ndryshme përdorin një Markë Tregtare të ngjashme ose identike për të shitur një produkt ose shërbim pa ndërhyrë domosdoshmërisht me bizneset e tjera kështu që problemet që fillojnë me funksionin dallues nuk funksionojnë më. Mirëpo ka raste që që Markat Tregtare të kompanive cilat kishin ekzistuar në një kohë të qeta mund të hyjnë papritmas në një konflikt ekonomik.

Një kërkim i duhur i Markës Tregtare duhet të minimizojë rrezikun e një biznesi të dalë ballë për ballë me një markë të ngjashme në një treg të caktuar kombëtar apo ndërkombëtar. Por asnjë kërkim nga aplikantët nuk është i pagabueshëm. Markat Tregtare identike ose konfuze në ngjashmëri mund të zbulohen gjerësisht nëse kërkimet nga aplikantët e Markave Tregtare në

internet nuk rezultojnë në nivel mjaftueshëm, ose nëse nuk përfshijnë kategori të tjera të mallrave dhe shërbimeve të cilat mund të rezultojnë në ndikimin e qëndrueshmërisë së markës së propozuar. Në mënyrë të ngjashme, një kërkim mund të anashkalojë markat e paregjistruara, pasi në shumë vende markat e njohura tregtare mbrohen edhe nëse nuk janë të regjistruara në zyrat përkatëse të pronësisë intelektuale.

Në shumë raste ka ndodhur që dy tregtarë e gjejnë veten duke përdorur të njëjtën ose një Markë Tregtare të ngjashme, në lidhje me mallrat e njëjtë ose të ngjashëm, në pjesë të ndryshme të botës. Ata vërtet nuk kanë dijeni për ekzistencën e njëri-tjetrit për vite, derisa njëri prej tyre të zgjerojë biznesin dhe të fillojë të përdorë markën tregtare.

Në këtë mënyrë, një zyrë e Markës Tregtare mund të refuzojë aplikimin për arsye se bie ndesh me të drejtat e mëparshme të përdorura nga tregtarë të tjerë. Ky i fundit gjithashtu, mund të kundërshtojë kërkesën gjatë procedurave të kundërshtimit, ose të paraqesë një veprim të pavlefshëm pasi marka të jetë regjistruar.

Sipas disa juridiksioneve të së drejtës zakonore, mund të zbatohet koncepti “përdorim i ndershëm, i njëkohshëm”. Ky lloj përdorimi ka parasysh natyrën dhe gjatësinë e përdorimit, zonën gjeografike të tregtisë dhe ndershmërinë e adoptimit dhe përdorimit vijues të markës tregtare.

Në të tilla kushte ekziston një marrëveshje zyrtare e bashkëjetesës ekonomike të Markës Tregtare, ku të dy palët njohin të drejtën e tjetrës në markën e tyre përkatëse dhe bien dakord për kushtet mbi të cilat ato mund të ekzistojnë së bashku në treg. Një bashkëjetesë e tillë mund të bazohet në një ndarje të territoreve në të cilat çdo mbajtës mund të veprojë, ose në një caktim të fushave të tyre përkatëse të përdorimit, d.m.th në lidhje me mallrat ose shërbimet në të cilat ato përdoren. (sipas WIPO)

Nëse një marrëveshje bashkëjetese ekonomike është opsioni më i mirë, hapi i parë është që të dy ndërmarrjet të përcaktojnë fushat e tyre përkatëse të biznesit dhe të bien dakord t'i përmbahen këtyre parametrave. Sidoqoftë, sfida e vërtetë qëndron në parashikimin e zhvillimit në të ardhmen të aktiviteteve të secilës kompani.

Një pyetje e rëndësishme që duhet të merret parasysh para negocimit të një marrëveshjeje të bashkëjetesës është ajo e interesit publik. Një gjykatë mund të zhvlerësojë një marrëveshje nëse konsideron se bashkëjetesa e markave të ngjashme në një çështje të veçantë do të ishte në kundërshtim me interesin publik. Kjo mund të lindë veçanërisht në fushën e shëndetit publik

nëse dy produkte të ndryshme mjekësore mbajnë të njëjtën markë tregtare edhe nëse kompanitë operojnë në zona të dallueshme gjeografike.

Kompanitë gjithashtu, duhet të jenë të vetëdijshme për rregullat e konkurrencës dhe mungesës së besimit: gjykatat mund të zbulojnë se markat e tyre tregtare të ngjashme ngatërruese për produkte të ngjashme ndikojnë në konkurrencën në treg.

Procesi i zgjedhjes së një Marke Tregtare duhet të kryhet me kujdes dhe largpamësi, duke ndërmarrë një kërkim sa më gjithëpërfshirës, mundësisht me ndihmën e një specialisti të pronësisë industriale. Nëse pavarësisht nga këto përpjekje lind një konflikt me të njëjtën markë tregtare ose të ngjashme në treg, atëherë një marrëveshje për të bashkëjetuar në tregje mund të rezultojë më pak e kushtueshme se konfrontimi ligjor. Ndërsa kjo nuk do të thotë që, përballë një procesi gjyqësor është gjithmonë më mirë të ulësh pretendimin dhe të pranosh të bashkëjetosh, çështja gjyqësore mund të jetë e vetmja përgjigje e përshtatshme në disa situata. Është me rëndësi për pronarët e markave tregtare të gjykojnë në secilin rast se cila do të ishte përgjigjja e duhur në dritën e situatës së tyre të veçantë. (Centrik.in, 2017)

Shtetet e Bashkuara të Amerikës	Parimi “i pari që e përdor”
Italia	Marka Tregtare e paregjistruar ka mbrojtje por kjo shtrirje e mbrojtjes së saj nuk i ngjason asaj të Markës Tregtare të regjistruar
Kina	Parimi “i pari që e përdor (aplikimi duhet të jetë i hershëm)
Brazili	Parimi “i pari që e përdor” (aplikimi duhet të jetë i hershëm)
India	Duhet të merren të dhëna statistikore që Marka Tregtare të mos jetë në kundërshtim me rendin publik, religjionin dhe kulturën për regjionin e caktuar

Tabela nr. 1. Mënyrat e regjistrimit në shtete të ndryshme, Burimet: Brandstock, The differences when registering a trademark in different countries, 2018, <https://blog.brandstock.com/the-differences-when-registering-a-trademark-in-different-countries>

2.3.4. Përdorimi antiligjor i Markës Tregtare dhe efektet e tij

Ka shumë raste në botë kur Marka Tregtare përdoret pa miratimin e pronarit të saj. Si pasojë e këtij veprimi shkaktohet konfuzioni tek përdoruesit se cili mall në treg është origjinali dhe po ashtu, shkaktohen mijëra dhe miliona humbje financiare të firmave të cilat të parat kanë pasur të regjistruara markat e tyre tregtare.

Shkelja e Markës Tregtare

Nëse mbajtësi i të drejtave përdor një Markë Tregtare identike ose të ngjashme për mallra dhe shërbime identike ose të ngjashme me një Markë Tregtare të regjistruar mund të shkelë markën e regjistruar, nëse përdorimi i tij krijon një gjasë konfuzioni nga ana e publikut. Kjo përfshin rastin kur për shkak të ngjashmërive midis markave publiku mund të besojë gabimisht se Markat Tregtare, megjithëse të ndryshme, identifikojnë mallrat ose shërbimet e një tregtari të njëjtë.

Kur marka e regjistruar ka një reputacion të rëndësishëm, shkelja mund të lindë edhe nga përdorimi i së njëjtës markë ose të një marke të ngjashme e cila, megjithëse nuk shkakton konfuzion, dëmton ose përfiton padrejtësisht nga reputacioni i markës së regjistruar më parë. Kjo herë pas here mund të lindë nga përdorimi i markës së njëjtë ose të ngjashme për mallrat ose shërbimet që nuk janë të ndryshme nga ato të mbuluara nga regjistrimi i markës së regjistruar.

Markat Tregtare të paregjistruara

Nuk ka asnjë mjet juridik në dispozicion për shkeljen e Markës Tregtare, nëse marka e mëparshme tregtare është e paregjistruar. Disa Marka Tregtare të paregjistruara mund të mbrohen sipas Common Law (Ligjit të Përbashkët) dhe kjo njihet si “Passing off” (Kalimi). Sidoqoftë, nëse ato mbrohen apo jo, do të varet nga rrethanat e veçanta, në mënyrë specifike:

- Nëse, dhe në çfarë mase, pronari i markës së paregjistruar tregtare po tregtonte me emrin në datën e fillimit të përdorimit të markës së mëvonshme;
- Nëse të dy markat janë mjaft të ngjashme, duke pasur parasysh fushat e tyre të tregtisë, në mënyrë që të ketë gjasa të ngatërrojnë dhe mashtrojnë, (pavarësisht nëse janë apo jo me dashje), një numër të konsiderueshëm personash duke menduar se mallrat dhe shërbimet e kompanisë së re janë të ngjashme me ato të kompanisë së parë;
- Si edhe shkalla e dëmit që një konfuzion i tillë do t'i shkaktonë në biznes.

Mbajtësi i të drejtave mendon se mund të jetë shkelës, cila është rruga që duhet të ndjekë ai?

Mbajtësi i të drejtave duhet të marrë këshilla ligjore nga profesionisti i fushës. Mund të ketë një numër të konsiderueshëm veprimesh ose mbrojtje për mbajtësin e të drejtave, por kjo do të varet shumë nga rrethanat e veçanta të çështjes së tij. Disa tregtarë që mendojnë se mund të shkelin një Markë Tregtare më të hershme, zgjedhin të ndërpresin tregtinë nën shenjën e shkeljes, të tjerët zgjedhin t'i afrohen me bisedime pronarit të mëparshëm të Markës Tregtare dhe të përpiqen të negociojnë një rrugë të përbashkët në mënyrë që i përshtatet të dy palëve, e cila mund të përfshijë një Marrëveshje për “Ekzistim të Përbashkët”. Nëse mbajtësi i të drejtave vendos që nuk po bën shkelje, ose ka një mbrojtje të mirë, ai mund të vendosë të ngulë këmbë ose madje të padisë mbajtësin e markës tregtare për kërcënime të pajustificuara. Në të tilla raste, mund t'i duhet të ndryshojë markën e tij tregtare dhe të rimarkojë produktet ose shërbimet e tij.

Mbajtësi i të drejtave mendon se dikush tjetër mund të jetë duke bërë shkeljen, veprimet që ndërmerren mund të jenë:

- Mbajtësi i të drejtave duhet të marrë këshilla ligjore pasi që rruga më e përshtatshme e veprimit do të varet nga rrethanat e veçanta të çështjes së tij. Një opsion i mundshëm për mbajtësin e të drejtave është, t'i shkruajë shkelësit të ligjit. Sidoqoftë duhet të jetë i sigurtë që marka e hershme tregtare që posedon dhe veprimtaritë e shkelësit e justifikojnë këtë formë reagimi. Kjo sepse ligji gjithashtu, mbron tregtarët nga kërcënimet e pajustificueshme të shkeljes së markës tregtare.
- Mbajtësi i të drejtave mund të jetë në gjendje të negociojë një zgjidhje që i përshtatet të dy palëve, e cila mund të përfshijë një marrëveshje bashkekzistimi. Një tjetër mundësi është që mbajtësi i të drejtave të jetë në gjendje të marrë një urdhër gjykatë për të detyruar shkelësin të ndërpresë tregtinë dhe të paguajë kompensimin e dëmeve.

Marrëveshja e bashkekzistimit

Marrëveshja e bashkekzistimit është një marrëveshje ligjore ku dy palë bien dakord të tregtojnë në të njëjtin treg, ose në një treg të ngjashëm duke përdorur një markë tregtare identike ose të ngjashme. Marrëveshja hartohet midis palëve dhe përcakton parametrat që secila duhet të përdorë markën e tyre tregtare pa frikën e shkeljes ose veprimit ligjor nga njëri tek tjetri. Marrëveshja e bashkekzistimit përcakton **termat** dhe **kushtet** për të cilat palët kanë rënë dakord,

për të lejuar njëri-tjetrin të ndërmarrin aktivitetet e tyre përkatëse të biznesit. Ndërsa marrëveshjet e bashkekzistimit mund të marrin forma të ndryshme dhe mund të përfshijnë gjithashtu dizajne, të drejtat e autorit dhe patentat, hyrja në një marrëveshje zyrtare detyruese të bashkekzistimit do të sigurojë që palët të shmangin gjasat e përfshirjes në ndonjë mosmarrëveshje të kushtueshme dhe të gjatë ligjore në të ardhmen. Detajet specifike të një marrëveshjeje të bashkekzistimit janë çështje vetëm e palëve të përfshira për të negociuar dhe Zyra e Pronësisë Industriale nuk mund të bëhet palë në negociata. (Gov.uk, 2016)

KAPITULLI IV

2.4. RËNDËSIA E KONVENTAVE DHE LEGJISLACIONIT NDËRKOMBËTAR PËR RREGULLIMIN E MARKËS TREGTARE

2.4.1. Historiku i konventave që rregullojnë pronësinë intelektuale

Me miratimin dhe konsolidimin e shumë ligjeve dhe konventave, po ashtu edhe të shumë institucioneve ndërkombëtare, filloi një epokë e re për mbrojtjen e pronësisë intelektuale në të gjithë botën.

Historia e të drejtave të pronësisë intelektuale është një vështrim magjepsës në mënyrën se si të drejtat e pronësisë në: të Drejtat e Autorit, Markat Tregtare dhe Patentat evoluuan me kalimin e viteve. Mbrojtja e pronës intelektuale, siç janë e drejta e autorit, markat tregtare dhe patentat, ka luajtur një rol jetësor në rritjen ekonomike dhe zhvillimin në një botë në të cilën kanë lulëzuar risitë në mendim, teknologjia dhe tregtia.

Regjistrimi më i hershëm i dhënies së një patente për krijimet e një personi është në Sybaris, një shtet grek, i themeluar rreth vitit 500 pes. Shteti i dha çdo qytetari një patentë një vjeçare për “çdo përsosje të re në luks”. Megjithëse shumë gjëra kanë ndryshuar në ligjin e pronësisë intelektuale që nga ajo kohë, qëllimi themelor është i njëjti të mbrojë të drejtat e shpikësve, artistëve dhe tregtarëve, për të promovuar shkëmbimin e ideve dhe për të shpërblyer kreativitetin.

Me shfaqjen e një ekonomie të bazuar në tregtinë në Europën Mesjetare, shoqatat e tregtarëve dhe artizanëve u ngritën, u rritën në shtat dhe morën njohje nga qytetet e shteteve të aaj kohe për të promovuar zhvillimin e rregullt të tregtisë. Fuqia për të futur risi të reja në krijimin e mallrave dhe shërbimeve qëndronte vetëm tek esnafët, megjithëse shumë prej

përparimeve në ligjin e pronës intelektuale që ndodhën në të gjithë Europën, në këtë kohë u gjeneruan më shumë nga konsolidimi i pushtetit dhe agjendat politike dhe fetare të autoriteteve. Në shumë raste, në vend që të krijonin një forum të hapur për shkëmbimin e ideve, esnafët përdornin të drejtat e tyre për të qeverisur ligjin e pronës intelektuale, për të krijuar monopole që mbytnin teknologji të reja të cilat perceptoheshin si një kërcënim për status quo-në.

Në vitin 1623, me Aktin e Parlamentit në Angli, ndodhën hapat e parë të vërtetë drejt ligjeve të pronës intelektuale siç i njohim ne sot. “Statura e Monopoleve” i dha “shpikësit të vërtetë dhe të parë”, një periudhë prej 14 vitesh kontroll ekskluziv mbi çdo shpikje që mbajtësi i të drejtave krijonte. Që atëherë, përmes ligjit të përbashkët dhe akteve legjislative, ligjet e pronësisë intelektuale kanë vazhduar të zhvillohen. Ishte një akt tjetër i Parlamentit Anglez, Statura e Anne-s, gati 100 vite më vonë që shpikësve iu dha mundësinë e një rinovimi 14-vjeçar bazuar në përmbushjen e disa kushteve.

Kur kolonitë në SHBA fituan pavarësinë e tyre nga Anglia pas Luftës Revolucionare, ligjet e pronësisë intelektuale u bazuan kryesisht në atë që kishte ekzistuar në vendin e saj amë deri në atë kohë. Para ratifikimit të Kushtetutës, megjithatë, nuk kishte një ligj të unifikuar të patentave në të gjithë kolonitë, dhe secili shtet mori përsipër të krijonte legjislacion për të mbrojtur patentat. Kuptohet që kjo nuk inkurajoi inovacionin sepse të drejtat nuk do të transferoheshin përtej kufijve shtetërorë.

Etërit themelues e kuptuan mangësinë e një situatë të tillë dhe adresuan problemin duke i dhuruar qeverisë federale autoritetin për të dhënë patenta dhe të drejtat e autorit. Neni 1, Seksioni 8 i Kushtetutës së SHBA, i jep qeverisë fuqinë për të “Promovuar Progresin e Shkencës dhe Arteve të Dobishme, por duke siguruar për kohë të kufizuar tek autorët dhe Shpikësit të Drejtën ekskluzive për Shkrimet dhe Zbulimet e tyre Respektive”. Kjo garantoi që vetëm gjykatat federale, dhe jo gjykatat e shteteve, mund të dëgjonin çështje që kanë të bëjnë me ushtrimin e drejtë të të drejtave të pronësisë intelektuale në të gjithë Shtetet e Bashkuara. Më 1982, Gjykata e Apelit e Shteteve të Bashkuara për Qarkun Federal, u krijua sipas Nenit III të Kushtetutës dhe pati juridiksion mbarëkombëtar mbi çështjet e patentave dhe markave tregtare.

Ligji i pronës intelektuale fitoi mbrojtje më të gjerë në Europë gjatë viteve 1800.

Në vitin 1883, Konventa e Parisit u dha shpikësve të drejtën për të mbrojtur shpikjen e tyre, pavarësisht nga vendi në të cilin po përdoren.

Në vitin 1886, shkrimtarëve iu dha mbrojtje në një fushë ndërkombëtare për të gjitha format e përmbajtjes së shkruar, si dhe kompozimeve muzikore, vizatimeve, veprave të artit dhe më shumë si rezultat i Konventës së Bernës.

Marrëveshja e Madridit, e themeluar në vitin 1891, parashikonte mbrojtje më të gjerë për Markat Tregtare. Në vitin 1893, Konventat e Parisit dhe Bernës u bashkuan për t'u bërë me emërimin e ri Zyrat Ndërkombëtare të Bashkuara për Mbrojtjen e Pronës Intelektuale.

Sot, ligji ndërkombëtar i pronës intelektuale drejtohet nga Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale, e cila është një agjenci e Kombeve të Bashkuara. (UpCounsel.com, 2020)

2.4.2. Ligjet e para nacionale për markat tregtare si përpjekje për mbrojtjen e të drejtave të saj

Me kalimin e viteve u bë e domosdoshme që shtetet brenda legjislacioneve të tyre të përfshinin edhe miratimin e ligjeve bazë për mbrojtjen ligjore të Markave Tregtare dhe të drejtave të saj brenda dhe jashtë territorit të shtetit përkatës. Këto ligje fillestare nuk kishin efekte të theksuara, sepse në atë kohë shfaqeshin probleme të natyrave të ndryshme, mirëpo ishin një veprim që do të ndikonte në miratimin dhe përforsimin e ligjeve që ekzistojnë sot për mbrojtjen juridike të Markave Tregtare në botë. Ligjet më të rëndësishme për Markat Tregtare në kontinentin e Europës që do t'i përmend në vazhdim, të cilat janë bazë e miratimit të shumë ligjeve tjera europiane, radhiten si vijon:

- Akti i Markave Tregtare 1994, i ndryshuar është ligji aktual që mbulon: regjistrimin e markave tregtare dhe mbrojtjen e markave tregtare të regjistruara në Mbretërinë e Bashkuar (Gov.uk, 2021)
- Akti Spanjoll i Markës Tregtare 07.12.2001, hyrë në fuqi më 14.01.2019 “Spain Trademark Act, Law No. 17/2001” (Hoffman Eitle.com, 2019)
- Në Portugali baza ligjore është “Ligji për Pronësinë Industriale” dhe “Dekret Ligji 143/2008”, i 25 Korrikut 2008. Markat tregtare Portugeze mbrohen gjithashtu në Azore dhe Madeira. Portugalia është anëtare e Marrëveshjes së Madridit, Protokollit të Madridit dhe Bashkimit Evropian. (Trademarkhost.com)

Klasifikimi Ndërkombëtar (NICE) i Mallrave dhe Shërbimeve për Qëllim të Regjistrimit të Markave, është themeluar përmes një marrëveshjeje të arritur në Konferencën Diplomatike në Nicë të Francës në vitin 1957.

Në bazë të këtij klasifikimi, mallrat dhe shërbimet të cilat identifikohen në aplikacionin për regjistrim të markës tregtare duhet të organizohen në klasë të numëruara, duke i futur kështu në grupe mallrat e ngjashme ose përkatëse. Secila klasë identifikohet me një titull që përfshin edhe një shkresë sqaruese, ku jepen informacione të përgjithshme mbi llojin e produktit ose shërbimit që i përket asaj klase. Marrëveshja e Nicës rregullisht shqyrtohet nga OBPI, dhe për çdo pesë vite del nga një version i ri. “Klasifikimi Ndërkombëtar (NICE) i Mallrave dhe Shërbimeve për Qëllim të Regjistrimit të Markave”, është themeluar përmes një marrëveshje të arritur në Konferencën Diplomatike në Nicë në vitin 1957.

Që nga Janari i vitit 2007 aplikohet Botimi i IX i Marrëveshjes së Klasifikimit NICE. Në këtë botim ekzistojnë 34 klasë të Mallrave (1 deri në 34), dhe 11 klasë të Shërbimeve (35 deri në 45). Përdorimi i Marrëveshjes së Klasifikimit së Nicës u mundëson aplikuesve t’i përgatisin aplikacionet për regjistrimin e markave tregtare në bazë të një sistemi të vetëm klasifikimi ndërkombëtar. Në këtë mënyrë, të gjitha mallrat dhe shërbimet për të cilat kërkohet regjistrimi i markës tregtare, klasifikohen sipas të njëjtit sistem, në të gjitha shtetet të cilat e përdorin këtë Marrëveshje për Pronësinë Industriale.

Janë mbi 70 shtete palë të kësaj marrëveshje, të cilat e përbëjnë të ashtuquajturin “Union Special” në kuadër të kornizës së Unionit të Parisit. Përveç këtyre shteteve, janë edhe 68 shtete tjera dhe katër organizata të cilat e aplikojnë Marrëveshjen NICE, edhe pse akoma nuk janë palë të kësaj marrëveshje.

Edhe Kosova e përdor Marrëveshjen e Klasifikimit NICE. Sipas Nenit 9 (2) të Marrëveshjes, çdo shtet jashtë “Unionit Special“, por i cili është palë e Konventës së Parisit për Mbrojtjen e Pronës Industriale, mund t’i bashkohet Aktit dhe njëkohësisht të bëhet shtet i Unionit Special. Fatkeqësisht Kosova nuk është as palë e Konventës së Parisit, dhe si rrjedhojë nuk mund t’i bashkohet Unionit Special.

Sistemi i Madridit për Regjistrimin Ndërkombëtar të Markave Tregtare përbëhet prej dy traktateve; a) Marrëveshjes së Madridit lidhur me Regjistrimin Ndërkombëtar të Markave, e cila është arritur në vitin 1891 dhe ka hyrë në fuqi më 1892, dhe b) Protokollit për Marrëveshjen e Madridit, i cili u operacionalizua me 1 Prill 1996. Marrëveshja e Madridit dhe Protokollit i Madridit u miratuan në konferencat diplomatike të mbajtura në Madrid, Spanjë. Marrëveshja e Madridit fillimisht ishte menduar të themelonte një sistem të veçantë ndërkombëtar regjistrimi,

por disa prej shteteve me tregti të madhe nuk iu bashkëngjitën Marrëveshjes për shkak të disa defekteve që kishte ky sistem. Megjithatë, mbi OBPI u ushtrua presion i madh për ta mbajtur rëndësinë e vet, dhe ta forcojë Marrëveshjen me rritje të anëtarësimit, ose të bëjë plotësime në marrëveshje për ta rritur numrin e shteteve anëtare. Kjo u kurorëzua me paraqitjen e Protokollit të Madridit, sipas të cilit, regjistrimi i Markës Tregtare të Komunitetit mund të jetë regjistrim “bazë” ose “vendor” mbi të cilin pastaj do të mund të mbështetëj regjistrimi ndërkombëtar i markave tregtare.

Sot, Sistemi i Madridit mbetet sistemi primar ndërkombëtar i cili mundëson regjistrimin e markave tregtare në disa juridiksione në mbarë botën. Sistemi siguron regjistrimin e markës tregtare në shumë shtete, përmes një aplikacioni të vetëm të paraqitur në Byronë Ndërkombëtare të OBPI. Për të pasur regjistrim ndërkombëtar të markës tregtare, së pari duhet të sigurohet regjistrimi kombëtar në një nga Shtetet Anëtare të Unionit të Madridit.

Pasi që Kosova, fatkeqësisht, akoma nuk është Shtet Anëtar i këtij Unioni, aplikacionet për regjistrim ndërkombëtar nuk mund të kërkohen në bazë të regjistrimeve kombëtare në Kosovë. Në këtë rast, aplikanti nga Kosova duhet të paraqesë kërkesën për regjistrim të markës tregtare në zyrat e pronës industriale të secilit shtet veç e veç, gjë që merr shumë kohë, dhe është e kushtueshme. Për të aplikuar për regjistrim ndërkombëtar në bazë të Sistemit të Madridit, aplikuesi duhet të jetë shtetas i një Shteti Anëtar të Unionit të Madridit ose duhet të ketë një bazë të vërtetë dhe efektive industriale ose një domicil (seli) në atë shtet. Mirëpo, Marrëveshja e Madridit inkorporon në vete edhe Nenin 3 të Konventës së Parisit, i cili parasheh trajtimin e njëjtë të disa kategorive të personave, sikur ata të ishin shtetas të vendeve anëtare të Unionit Special. Kjo do të thotë që një shtetas i një vendi që nuk është palë e Marrëveshjes, por që banon brenda territorit të “Unionit Special” dhe i cili i plotëson kushtet e parapara me Nenin 3 të Konventës së Parisit, do të trajtohet njëjtë sikur shtetasit e vendeve kontraktuese. Si rrjedhojë, nëse një shtetas i Kosovës posedon një bazë të vërtetë dhe efektive industriale dhe komerciale në njërin prej vendeve fqinje siç është Maqedonia e Veriut ose Shqipëria, të cilat janë vende anëtare të Unionit të Madridit, atëherë shtetasi i Kosovës do të mund të aplikonte për regjistrim ndërkombëtar të markës tregtare, përderisa ai/ajo paraprakisht e ka të regjistruar markën tregtare në Maqedoni të Veriut ose Shqipëri. Kjo ka qenë përvoja e disa kompanive kosovare të cilat kanë eksportuar mallra dhe shërbime jashtë vendit. Është me rëndësi të mbahet në mend që edhe pse Sistemi i Madridit përbëhet prej Marrëveshjes së Madridit dhe Protokollit të Madridit, këto

dy traktate janë të pavarura nga njëra - tjetra. Kjo do të thotë që një vend mund të jetë palë e Marrëveshjes së Madridit, por jo edhe e Protokollit të Madridit si dhe anasjelltas. Për shembull, Shqipëria dhe Maqedonia e Veriut janë palë të të dyjave, Marrëveshjes dhe Protokollit, në krahasim me Bosnjën dhe Hercegovinën që është vetëm palë e Marrëveshjes. (USAID, 2008)

2.4.3. Konventa europiane për regjistrimin e Markës Tregtare dhe roli i saj për rregullimin e ligjeve nacionale

Konventa e Parisit zbatohet për pronësinë industriale në kuptimin më të gjerë, duke përfshirë: Patentat, Markat Tregtare, Modelet Industriale, Modelet e Shërbimeve, një lloj “patente në shkallë të vogël” të parashikuara nga ligjet e disa vendeve, Markat e shërbimeve, Emrat Tregtarë, emërtimet nën të cilat kryhet një veprimtari industriale ose tregtare, Treguesit Gjeografikë, treguesit e burimit dhe emërtimet e origjinës, si dhe luftën e konkurrencës së pandershme.

Dispozitat thelbësore të Konventës ndahen në **tre** kategori kryesore: 1) trajtimi kombëtar, 2) e drejta e përparësisë, 3) rregullat e përbashkëta.

1. Sipas dispozitave për trajtimin kombëtar, Konventa parashikon që, në lidhje me mbrojtjen e pronësisë industriale, secili shtet kontraktues duhet t'u sigurojë të njëjtën mbrojtje që u jep shtetasve të vet edhe shtetasve të shteteve të tjera kontraktuese. Shtetasit e shteteve jo kontraktuese kanë gjithashtu të drejtë për trajtim kombëtar sipas Konventës nëse janë me vendbanim ose kanë një ndërmarrje industriale ose tregtare reale dhe efektive në një shtet kontraktues.

2. Konventa parashikon “të drejtën e përparësisë” në rastin e patentave (dhe modeleve të shërbimeve kur ato ekzistojnë), markave dhe dizajneve industriale. Kjo e drejtë do të thotë që, në bazë të një kërkesë të rregullt, të mëparshme, të depozituar në një nga shtetet kontraktuese, aplikanti mundet, që brenda një periudhe të caktuar kohe prej, 12 muaj për patentat dhe modelet e shërbimeve, 6 muaj për dizajnet industriale dhe markat, të aplikojë për mbrojtje në ndonjë nga shtetet e tjera kontraktuese. Këto kërkesa pasuese do të konsiderohen sikur të ishin paraqitur në të njëjtën ditë me kërkesën e parë. Me fjalë të tjera, ato do të kenë përparësi (pra shprehjen “e drejta e përparësisë”) ndaj aplikimeve të paraqitura nga të tjerët gjatë periudhës së përmendur kohore për të njëjtën shpikje, model përdorimi, markë ose dizajn industrial. Për më tepër, këto aplikime të mëvonshme, duke u bazuar në aplikimin e parë, nuk do të ndikohen nga asnjë ngjarje

që ndodh në intervale të ndryshme kohore, siç është botimi i një shpikjeje, ose shitja e artikujve që mbajnë një markë ose që përfshijnë një dizajn industrial.

Një nga avantazhet e mëdha praktike të kësaj dispozite është që, aplikuesit që kërkojnë mbrojtje në disa vende nuk u kërkohet të paraqesin të gjitha kërkesat e tyre në të njëjtën kohë, por kanë 6 ose 12 muaj për të vendosur se në cilat vende dëshirojnë të kërkojnë mbrojtje dhe të organizojnë me kujdesin e duhur hapat e nevojshëm për sigurimin e mbrojtjes.

3. Konventa përcakton disa rregulla të përbashkëta që të gjithë shtetet kontraktuese duhet të ndjekin, ku ndër to më të rëndësishmet janë:

a) Patentat

Patentat e dhëna në shtete të ndryshme kontraktuese për të njëjtën shpikje janë të pavarura nga njëra-tjetra:

- dhënia e një patente në një shtet kontraktues nuk i detyron shtetet e tjera kontraktuese të japin një patentë;
- një patentë nuk mund të refuzohet, anulohet ose përfundohet në çdo shtet kontraktues me arsyetimin se është refuzuar ose anuluar ose është përfunduar në ndonjë shtet tjetër kontraktues.

Shpikësi ka të drejtë të emërohet si i tillë në patentë.

Dhënia e një patente nuk mund të refuzohet dhe një patentë nuk mund të zhvlerësohet, me arsyetimin se shitja e produktit të patentuar ose e një produkti të marrë me anë të procesit të patentimit, i nënshtrohet kufizimeve që rezultojnë nga e drejta e brendshme.

Çdo shtet kontraktues që merr masa legjislative që sigurojnë dhënien e licencave të detyrueshme për të parandaluar abuzimet që mund të rezultojnë nga të drejtat ekskluzive të dhëna nga një patentë, mund ta bëjë këtë vetëm në kushte të caktuara. Një licencë e detyrueshme (një licencë që nuk jepet nga pronari i patentës por nga një autoritet publik i shtetit në fjalë), bazuar në dështimin në punë ose punën e pamjaftueshme të shpikjes së patentuar, mund të jepet vetëm në bazë të një kërkesë të paraqitur pas tre vitesh nga dhënia e patentës, ose katër vite nga data e depozitimit të kërkesës për patentë dhe duhet të refuzohet nëse i patentuari jep arsye legjitime për të justifikuar këtë mosveprim. Për më tepër, konfiskimi i një patente nuk mund të parashikohet, përveç në rastet kur dhënia e një licence të detyrueshme nuk do të kishte qenë e mjaftueshme për të parandaluar abuzimin. Në rastin e fundit, procedurat për konfiskimin e një

patente mund të fillojnë, por vetëm pas skadimit të dy viteve nga dhënia e licencës së parë të detyrueshme.

b) Markat Tregtare

Konventa e Parisit nuk rregullon kushtet për paraqitjen dhe regjistrimin e markave të cilat përcaktohen në secilin shtet kontraktues nga ligji i brendshëm. Si pasojë, asnjë kërkesë për regjistrimin e një marke të depozituar nga një shtetas i një shteti kontraktues nuk mund të refuzohet, as nuk mund të zhvlerësohet një regjistrim, me arsyetimin se paraqitja, regjistrimi ose rinovimi nuk është kryer në vendin e origjinës.

Regjistrimi i një marke të marrë në një shtet kontraktues është i pavarur nga regjistrimi i tij i mundshëm në çdo vend tjetër, përfshirë vendin e origjinës; si pasojë, kalimi ose anulimi i regjistrimit të një marke në një shtet kontraktues nuk do të ndikojë në vlefshmërinë e regjistrimit në shtetet e tjera kontraktuese.

Kur një markë është regjistruar siç duhet në vendin e origjinës, ajo, sipas kërkesës, duhet të pranohet për regjistrim dhe të mbrohet në formën e saj origjinale në shtetet e tjera kontraktuese.

Sidoqoftë, regjistrimi mund të refuzohet në raste të përcaktuara mirë, të tilla si kur:

- a) marka cenon të drejtat e fituara të palëve të treta;
- b) kur nuk ka karakter dallues;
- c) kur është në kundërshtim me moralin ose rendin publik; ose
- d) kur është e një natyre të tillë që mund të mashtrojë publikun.

Nëse, në ndonjë shtet kontraktues, përdorimi i një marke të regjistruar është i detyrueshëm, regjistrimi nuk mund të anulohet për mospërdorim, deri pas një periudhe të arsyeshme, dhe pastaj vetëm nëse pronari nuk mund të justifikojë këtë mosveprim.

Secili shtet kontraktues duhet të refuzojë regjistrimin dhe të ndalojë përdorimin e markave që përbëjnë një **riprodhim, imitim ose përktim**, që mund të krijojë **konfuzion**, të një marke të përdorur për mallra **identikë** dhe **të ngjashëm**, e cila konsiderohet nga autoriteti kompetent i atij shteti, të jetë i njohur mirë në atë shtet dhe t'i përkasin tashmë një personi që ka të drejtën e përfitimeve të Konventës.

Secili shtet kontraktues duhet gjithashtu të refuzojë regjistrimin dhe të ndalojë përdorimin e markave që përbëhen ose përmbajnë, pa autorizim, kushinetat e hekurta, stemat e shtetit dhe shenjat zyrtare dhe shenjat dalluese të shteteve kontraktuese, me kusht që ato të jenë komunikuar

përmes Byrosë Ndërkombëtare të WIPO. Dispozitat e njëjta zbatohen për: kushinetat, flamujt, stemat e tjera, shkurtesat dhe emrat e disa organizatave ndërqeveritare.

Markat kolektive duhet të kenë mbrojtje.

c) Dizajnet Industriale

Dizajnet industriale mbrohen në secilin Shtet Kontraktues dhe mbrojtja nuk mund të humbet për arsye se artikujt që përfshijnë modelin nuk prodhohen në atë Shtet.

d) Emrat Tregtarë

Duhet t'u jepet mbrojtje emrave tregtarë në secilin shtet kontraktues, pa pasur ndonjë detyrim për ta regjistruar si emër tregtar.

e) Emërtimet e Origjinës

Masat merren nga secili Shtet Kontraktues kundër përdorimit direkt ose indirekt të një treguesi të rremë të burimit të mallrave ose identitetit të prodhuesit, fabrikantit apo tregtarit të tyre.

f) Konkurrenca e Pandershme

Çdo Shtet Kontraktues, duhet të sigurojë një mbrojtje efektive kundër konkurrencës së pandershme.

Unioni i Parisit, i themeluar nga Konventa, ka një Asamble dhe një Komitet Ekzekutiv. Çdo shtet që është anëtar i Unionit dhe që i është përmbajtur të paktën dispozitave administrative dhe përfundimtare të Aktit të Stokholmit, (1967) është anëtar i Asamblesë. Anëtarët e Komitetit Ekzekutiv zgjedhen nga anëtarët e Unionit, përveç Zvicrës, e cila është anëtare sipas detyrës zyrtare. Krijimi i programit dyvjeçar dhe buxhetit të Sekretariatit të WIPO-s, për sa i përket Unionit të Parisit është detyra e Asamblesë së tij.

Konventa e Parisit, e përfunduar në vitin 1883, u rishikua në Bruksel më 1900, në Washington më 1911, në Hagë më 1925, në Londër më 1934, në Lisbonë më 1958 dhe në Stokholm më 1967, dhe u ndryshua më 1979.

Konventa është e hapur për të gjitha shtetet. Instrumentet e ratifikimit ose aderimit duhet të depozitohen pranë Drejtorisë së Përgjithshme të OBPI-së. (WIPO.int, 1883).

KAPITULLI V

2.5. AKTUALITETI I RREGULLIMIT DHE MBROJTJES LIGJORE TË MARKËS TREGTARE NË BALLKANIN PERËNDIMOR

2.5.1. Historiku i zhvillimit të Markës Tregtare dhe legjislacionit në vendet e rajonit

Historiku i Markës Tregtare dhe legjislacionit të saj në vendet e rajonit dallon shumë nga ai europian dhe botëror. Me plot histori luftërash dhe përballjesh ndërmjet popujve të rajonit me vështirësi arritën të konsolidoheshin shtetet, institucionet dhe ligjet që rregullonin këtë sferë. Të gjitha shtetet e rajonit të Ballkanit udhëhiqeshin nga politikat socialiste, Kosova, Mali i Zi, Maqedonia e Veriut, Serbia, Kroacia, Bosnjë dhe Hercegovina dhe Sllovenia formonin ish-Jugosllavinë kurse Shqipëria dhe Greqia ishin shtete të ndara. Pas ndryshimeve politike ligjet që ekzistonin u zëvendësuan me ligjet të cilat janë në përputhje me ligjet europiane dhe ndërkombëtare.

Kosova shpalli pavarësinë e fundit në Ballkan më 17.02.2008 dhe si pasojë u themelua Agjencia për Pronësi Industriale, në kuadër të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë.

Agjencia për Pronësi Industriale është organ qendror administrativ i Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë dhe është përgjegjës për mbrojtjen ligjore të shpikjes, markës tregtare, dizajnit industrial, emërtimit të origjinës, treguesve gjeografikë dhe topografive të qarqeve të integruara, si dhe çështjet e tjera që dalin nga marrëveshjet ndërkombëtare nënshkruese e të cilave është Republika e Kosovës.

Agjencia është përgjegjëse për:

- Zhvillimin e procedurave për lëshimin e patentave, certifikatave suplementare të mbrojtjes së shpikjes, regjistrimin e markave tregtare, dizajnëve industriale, topografitë e qarqeve të integruara, emërtimet e origjinës dhe treguesit gjeografik;
- Përpilimin dhe mirëmbajtjen e regjistrit të përcaktuar me Ligjin bazë;
- Propozon, harton dhe publikon Buletinin Zyrtar të API-së, që përmban të dhëna për aplikimin dhe të drejtat e dhëna për pronësinë industriale;
- Kontribuon, zhvillon dhe promovon mbrojtjen e pronësisë industriale;
- Inicon dhe propozon ratifikimin e marrëveshjeve ndërkombëtare në fushën e pronësisë industriale;

- Ofron shërbime informuese lidhur me objektet e pronësisë industriale;
- Organizon testimin për përfaqësues të autorizuar në fushën e të drejtave të pronësisë industriale;
- Përgatit propozime për miratimin e akteve ligjore dhe nënligjore në fushën e pronësisë industriale;
- Bashkëpunon me organet tjera në funksion të zbatimit të dispozitave ligjore që rregullojnë pronësinë industriale;
- Përfaqëson Republikën e Kosovës në organizatat ndërkombëtare për pronësinë industriale. (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Agjencia për Pronësi Industriale)

Pronësia industriale në **Shqipëri** i ka fillimet e saj qysh në vitin 1920. Nga burimet arkivore të kohës mësojmë se, tregtarët shqiptarë kanë qenë të ndjeshëm ndaj ruajtjes së produkteve të tyre nga falsifikatorët e ndryshëm të markave tregtare. Për të realizuar këtë, ata kërkonin mbrojtjen e prodhimeve të tyre me anë të regjistrimit të markës. Çertifikata e parë për markë tregtare daton në 16 prill të vitit 1920, lëshuar për markën “HOB DARI”.

Kjo markë u përdor për produktet e kompanisë “Hobdari” e cila krijoi fabrikën e sapunit, që nga fillimi i vitit 1914. Në këtë periudhë janë mbrojtur një numër i madh markash tregtare të huaja në Shqipëri. Regjistrimi i markave tregtare ishte në fuqi deri në vitin 1944. Në vitin 1957, qeveria e asaj kohe, me vendimin e vet, njohu regjistrimin e markave të huaja në Republikën e Shqipërisë.

Në këtë kohë funksiononte, Byroja e Regjistrimit të Markave pranë Dhomës së Tregtisë, nën varësinë e Ministrisë së Tregtisë së Jashtme, institucioni përgjegjës për regjistrimin e markave. Kjo Byro plotësonte dokumentacionin përkatës në përputhje me dispozitat ligjore në fuqi “Dekreti nr. 2490 datë 22.07.1957, ndryshuar me dekretet nr. 3530 datë 02.07.1962 e Nr. 4253 datë 11.04.1967 ”Për Markat e Prodhimit dhe Tregtisë”.

Ky dekret, parashikonte edhe kriteret për regjistrimin e markave të prodhimit nga ndërmarrjet shtetërore. Për sa i përket patentave për shpikjet, në Republikën e Shqipërisë nuk ishte dhënë asnjë patentë shqiptare për shpikje, si dokument fizik i lëshuar konform standardeve (ligjeve) mbi të cilat veprohej në vendet e tjera apo nga organizmat e specializuara

ndërkombëtare në këtë fushë. Ligji Nr. 3029, dt. 12.01.1960, i jepte të drejtë shpikësit të shfrytëzonte shpikjen e tij në mënyrë ekskluzive.

Mungesa e legjislacionit mbi patentat për shpikje apo më gjerë mbi pronësinë industriale, përbënte një pengesë themelore të zhvillimit të sistemit të pronësisë industriale në vend. Gjithashtu, në Republikën e Shqipërisë mungonin botimet dhe tekstet mbi pronësinë industriale dhe nevojitej një staf i kualifikuar për të ngritur zyrën e pronësisë industriale në vend, për këtë arsye u pa i domosdoshëm anëtarësimi në Organizatën Botërore të Pronësisë Intelektuale (OBPI), si dhe suporti dhe asistenca teknike e saj.

Në këto kushte, nisur dhe nga zhvillimet e kohës, kur Shqipëria do të hynte në rrugën e ekonomisë së tregut, me pjesëmarrjen në takimin “Task Force Meeting in the framework of UNDP Regional Program, for the Fifth Cycle (1992 – 1996)”, 30 Sept. – 4 Oct. 1991, Celakovice, Czechoslovakia, përfaqësuesit e Komitetit të Shkencave dhe Teknologjisë, parashtruan nevojën për një ndihmë emergjente për Republikën e Shqipërisë përmes një projekti të UNDP për ngritjen e institucioneve në fushën e pronësisë industriale.

Në këtë mbledhje u vendosën kontaktet e para me përfaqësuesit e OBPI dhe këta të fundit u angazhuan për të filluar menjëherë projektin e propozuar për vendin tonë. Pas këtij takimi Dr. Inxh. Fatos Dega, Drejtor në Komitetin e Shkencave dhe Teknologjisë, kreu studimin “Mbi gjendjen e sistemit të pronësisë industriale në Shqipëri dhe disa probleme të zhvillimit të tij në të ardhmen”, datë 13/02/1992. Studimi shërbeu si material ndihmës për Kryetarin e Komitetit të Shkencës dhe Teknologjisë, Prof. Dr. Petrit Skënde, fizikan, gjatë vizitës në selinë e OBPI në Gjenevë dhe takimit të tij me z. Arpad Bogsch, Drejtor i Përgjithshëm i OBPI në Shkurt të vitit 1992.

Propozimi dhe materiali i paraqitur nga delegacioni shqiptar u prit me mjaft entuziazëm nga OBPI dhe menjëherë filloi puna për përgatitjen e bazës ligjore për ngritjen e zyrës së patentave shqiptare dhe për anëtarësimin e Republikës së Shqipërisë në OBPI, me qëllim që të mundësohej suporti nga kjo organizatë për ngritjen e sistemit të pronësisë industriale. Depozitimi nga Qeveria Shqiptare i instrumentit të aderimit të Shqipërisë në “Konventën e Themelimit të Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale”, u krye në Mars të vitit 1992, që hyri në fuqi më

datë 30.06.1992. Që nga kjo datë, Republika e Shqipërisë u bë vend anëtar me të drejta të plota i OBPI, (WIPO).

Kështu, më datë më 22 Mars të vitit 1993 me vendimin e Këshillit të Ministrave për themelimin e Zyrës së Patentave për Shpikje, me propozim të Komitetit të Shkencës dhe Teknologjisë u themelua “Zyra e Patentave Për Shpikje”, e cila u ngrit dhe funksionoi për shumë vite pranë këtij komiteti.

Me zhvillimet e mëtejshme u krye edhe aderimi në Konventën e Parisit “Për mbrojtjen e Pronësisë Industriale”, e miratuar në Paris më 20 Mars të vitit 1883, hyrë në fuqi në Republikën e Shqipërisë, më 4 Tetor të vitit 1995, e cila ishte një nga traktatet e para në botë për pronësinë industriale, duke krijuar një bashkim të rregullave dhe parimeve për trajtimin e pronësisë industriale nga vendet anëtare, si dhe vijoi aderimi në pjesën më të madhe të marrëveshjeve të tjera ndërkombëtare mbi mbrojtjen ndërkombëtare të markave tregtare, disenjove industriale, dhe patentave për shpikjet. Gradualisht u përmirësuan edhe kapacitetet administrative dhe institucionale të Zyrës.

Në vitin 2000, Zyra mori emërtimin “Drejtoria e Patentave dhe Markave” dhe veprimtaria e saj si institucion qendror publik, ishte në varësi të Këshillit të Ministrave, bazuar në Vendimin e Këshillit të Ministrave nr. 313 datë 13.06.2000, “Për Funksonimin e Drejtorisë së Patentave dhe Markave”. Me ligjin nr. 9525 datë 25.04.2006, Drejtoria e Patentave dhe Markave bëhet institucion publik në varësi të Ministrisë së Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës.

Aktiviteti i saj përcaktohej dhe rregullohej nga Ligji “Për Pronësinë Industriale” dhe rregulloreve për objektet e pronësisë industriale. Me anë të Ligjit nr. 9947 datë 07.07.2008 “Për Pronësinë Industriale” i ndryshuar, u emërtua si “Drejtoria e Përgjithshme e Patentave dhe Markave” i cili ishte një institucion publik, në varësi të Ministrisë së Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes. Më datë 1 Maj 2010, Republika e Shqipërisë aderoi në “Konventën për Patentat Evropiane” dhe tashmë është shtet anëtar në Organizatën Evropiane të Patentave.

Vlen të përmendet që bashkëpunimi i DPPI me Zyrën Evropiane të Patentave (EPO) i cili daton që në vitin 1995, kur Shqipëria nënshkroi marrëveshjen për shtrirjen e Patentave Evropiane

në territorin shqiptar. Me ndryshimet në Ligjin Nr. 9947 datë 07.07.2008 “Për Pronësinë Industriale”, i ndryshuar, në 25 Mars të vitit 2017 ky institucion, hyn në një fazë të avancuar të reformimit të tij duke modernizuar sistemin e mbrojtjes së objekteve të pronësisë industriale në Republikën e Shqipërisë, me standarde të njëjta me ato të Bashkimit Europian.

Aktualisht, institucioni mban emërtimin “Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale” (DPPI), emërtim ky, i vënë me qëllim gjithëpërfshirjen e aktivitetit të saj për regjistrimin e të gjitha objekteve të pronësisë industriale dhe funksionon si agjenci autonome nën mbikëqyrjen e ministrit përgjegjës për ekonominë. (Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale).

Në Kroaci funksionon Zyra Shtetërore e Pronësisë Industriale DZIV (Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske)

Në Slloveni funksionon Zyra e Republikës së Sllovenisë për Pronësi Intelektuale URSIL (Urad Republike Slovenije za Intelektualno Lastnino).

Në Bosnjë dhe Hercegovinë funksionon Instituti për Pronësi Intelektuale të Bosnjë dhe Hercegovinës IIVBiH (Institut za Intelektualno Vlasništvo Bosna i Hercegovina).

Në Serbi funksionin Instituti për Pronësi Intelektuale ZIS (Zavod za Intelektualnu Svojinu Republike Srbije).

Zyra Shtetërore e Pronësisë Industriale në Republikën e Maqedonisë së Veriut, DZIS (Drzaven Zavod za Industrijska Sopstvenost Severna Makedonija).

Ashtu si të gjitha vendet e Rajonit të Ballkanit Perëndimor, edhe Kosova pas krijimit të ligjeve të saj ka vazhduar me avancim të kënaqshëm lidhur me krijimin e një zinxhiri institucional për legjitimitetin, monitorimin dhe mbrojtjen e Pronësisë Intelektuale, me një kuadër ligjor dhe deri diku edhe sistem gjykimi sipas praktikave ndërkombëtare.

2.5.2.Marka tregtare si aset i pronësisë industriale në Kosovë

Kosova qysh në periudhën e ish-Jugosllavisë filloi me themelimin e Markave Tregtare të para të saj. Këto Marka Tregtare themeloheshin nga fabrikat dhe korporatat që ekzistonin në territorin e Kosovës. Në atë kohë Kosova kishte lulëzimin më të madh ekonomik që nga fillimi i Luftës së Dytë Botërore. Markat Tregtare të asaj kohe ishin

Në Mitrovicë – “1 Maj” “Trepça” “Slloga”

Në Vushtrri – “Polet” “Llankos”

Në Skenderaj- “Lego”

Në Prishtinë- “Fazita”

Në Prizren – “Progresi” “Famipa”

Në Xërxë- “Xërxa”

Në Pejë – “ Birra Peja”

Në Gjiilan- “Integj”

Në Gjakovë – “Napredak” (Informata të marra nga prindërit)

Legjislacioni që rregullon fushën e Markave Tregtare në Republikën e Kosovës pas luftës së vitit 1998-1999 fillon me vitin 2007 ku u hartuan ligjet e para si shtet i ri, në këtë fushë.

Udhëzim administrativ nr.2007/13 “Për procedurat e regjistrimit të markave tregtare”.

Udhëzim adminstrativ nr. 2007/14 “Për aplikimet e Patentave, Markave Tregtare, Dizajneve Industriale, Patentave të lëshuara, Markave Tregtare dhe Dizajneve Industriale të njohura para hyrjes në fuqi të këtij UA.

Udhëzim adminstrativ nr. 2007/19 “Për taksat administrative për objektet e Pronësisë Industriale”.

Udhëzim adminstrativ nr. 2008/16 “për përfaqësimin e të drejtave të Pronësisë Industriale”.

Ligji nr. 02/1-54 për Markat Tregtare i shfuqizuar nga

Ligji nr. 04/1-026 Për Markat Tregtare (Gazeta Zyrtare e Kosovës).

Ligji nr. 05/1-040 për ndryshimin dhe plotësimin e ligjit nr.04/1-026 për Markat Tregtare.

Udhëzimi Administrativ nr. 01/2012 për ekzaminimin e përkohshëm të aplikacioneve për mbrojtjen e Markave Tregtare.

Udhëzim administrativ nr. 13/2012 për regjistrimin e Markës Tregtare.

Udhëzim administrativ (MTI) nr. 08/2016 për ekzaminimin e parakohshëm të aplikacioneve për Markat Tregtare.

Udhëzim administrativ (MTI) nr. 14/2016 për regjistrimin e Markës Tregtare (Gazeta Zyrtare e Kosovës).

Udhëzimi administrativ nr. 01/2012 për ekzaminimin e përkohshëm të aplikacioneve për mbrojtjen e Markave Tregtare (Gazeta Zyrtare e Kosovës,).

Numri i aplikimeve për markat tregtare ka shënuar rritje krahasuar me vitin paraprak në Kosovë, përfshirë rritjen e numrit të aplikimeve për Marka Tregtare nga aplikues vendor për 13.65%. Rritja e numrit të aplikimeve vendore i atribuohet aktiviteteve të realizuar nga Agjencia e Pronësisë Industriale për ngritjen e vetëdijes mbi rëndësinë e mbrojtjes së produkteve dhe shërbimeve me Markë Tregtare, si: seminare, konferenca dhe promovim në media, të mbajtura gjatë këtyre viteve.

Sa i përket back log të Markave Tregtare, API-ja gjatë vitit 2019 ka shënuar përparim në reduktimin e “back log“, nga 91.59% të kryera në vitin 2018, është arritur në 94.30% në vitin 2019, kjo përkundër pranimi të aplikimeve të reja. Janë ekzaminuar të gjitha markat e reja të pranuar deri në muajin Nëntor, ndërsa në procedurë konsiderohen 1809 aplikime të Markave Tregtare, të cilat janë në procedurë të publikimit, pritjes së plotësimit, në pritje të pagesës për regjistrimin e MT dhe të tjera. Konsiderohet se sivjet ka përfunduar “backlog“ i aplikimeve të markave tregtare, pasi që kanë përfunduar ekzaminimet e aplikimeve të reja deri në muajin Nëntor, dhe ato tashmë janë në procedurë të regjistrimit. Si “backlog“ mbeten vetëm lëndët të cilat kanë pranuar kundërshtime pas publikimit të tyre. Gjatë vitit 2019 API ka ndarë një buxhet shtesë për rekrutimin e stafit teknik për përgatitjen e vendimeve, çertifikatave, ftesave dhe mirëmbajtjen e skanimit të dokumenteve hyrëse dhe dalëse, pasi stafi profesional është i fokusuar në ekzaminimin e aplikimeve sipas kushteve absolute dhe relative, ndërsa pjesa e stafit e rekrutuar është fokusuar në punët teknike deri në regjistrimin e Markave Tregtare vendore dhe atyre ndërkombëtare. (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Agjencia për Pronësi Industriale, Raport vjetor 2019)

2.5.3. Veprimtaria e Markës Tregtare të huaja në Kosovë

Republika e Kosovës nga lufta e vitit 1999 doli e shkatërruar në të gjitha sferat e jetës. Sigurisht edhe pronësia industriale pësoi dëme të mëdha. Ekonomia që deri në atë kohë ishte konsoliduar tanimë kishte rënë në pikën zero. Shumë fabrika kishin falimentuar dhe si pasojë edhe shumë Marka Tregtare ishin shuar. Republika e Kosovës pas çlirimit u bë pjesë e sistemit të

tregut të lirë dhe kështu që, brenda pak kohe Markat Tregtare ndërkombëtare u bënë pjesë e ekonomisë në vendin tonë, krahas Markave Tregtare vendore të pakta që ekzistonin në atë kohë. Në një pyetësor se sa kanë njohuri të anketuarit për Markat Tregtare të huaja në Republikën e Kosovës këto ishin rezultatet:

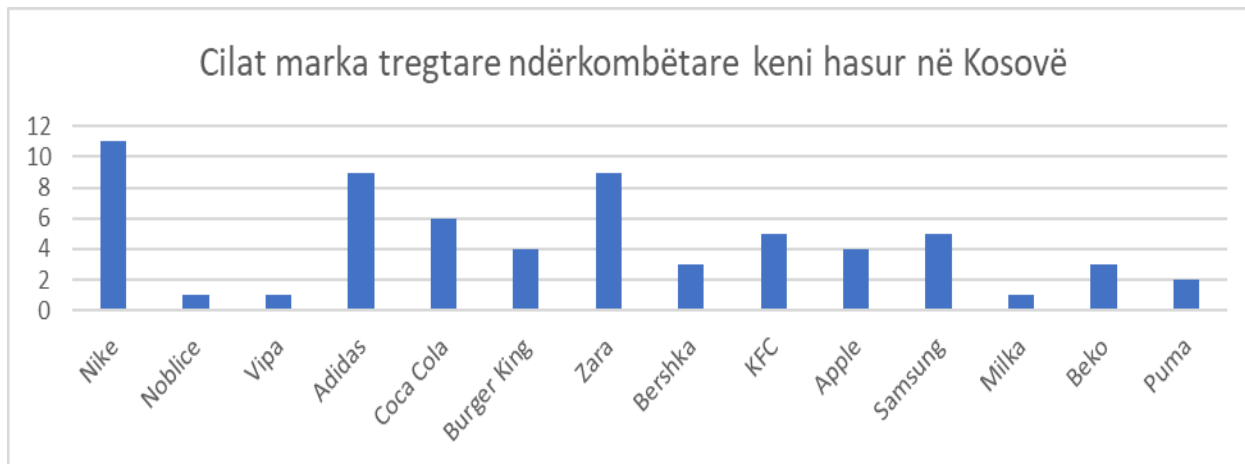


Figura 3. Markat Tregtare më të njohura në Kosovë

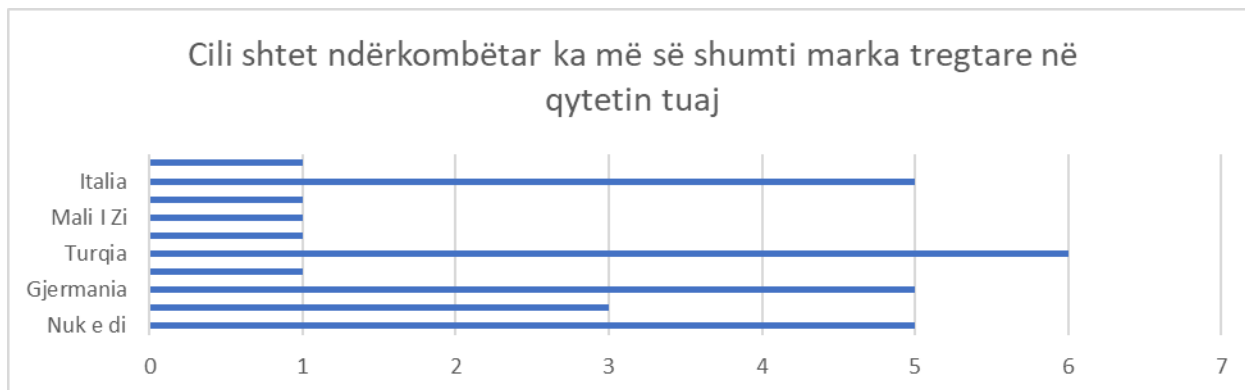


Figura 4. Shtetet ndërkombëtare që kanë Markat Tregtare në Kosovë

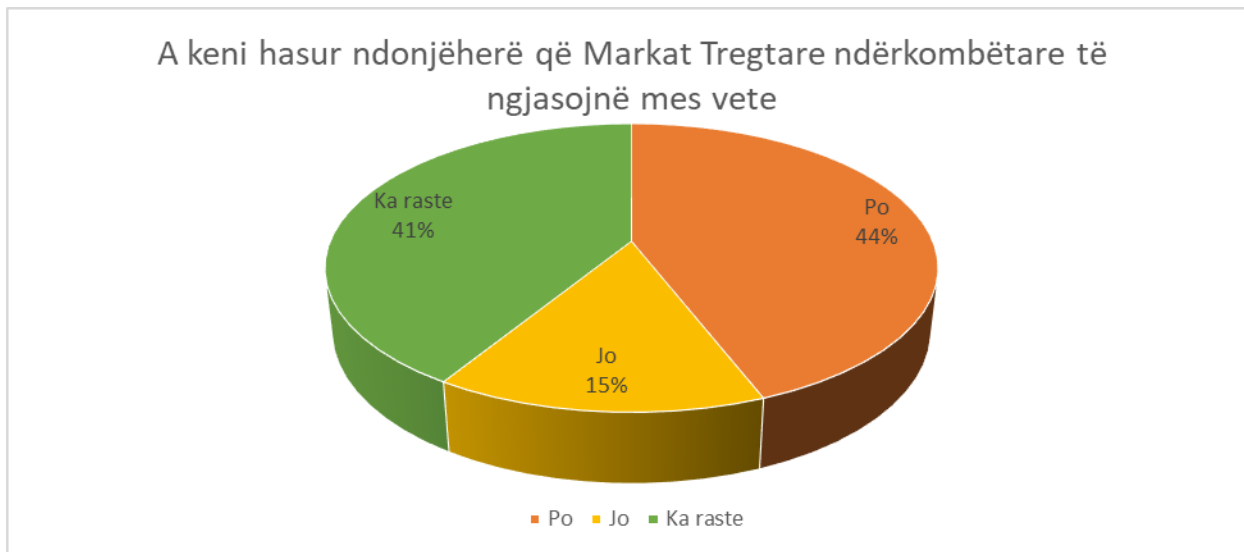


Figura 5. Ngjashmëria e Markave Tregtare ndërkombëtare në Kosovë

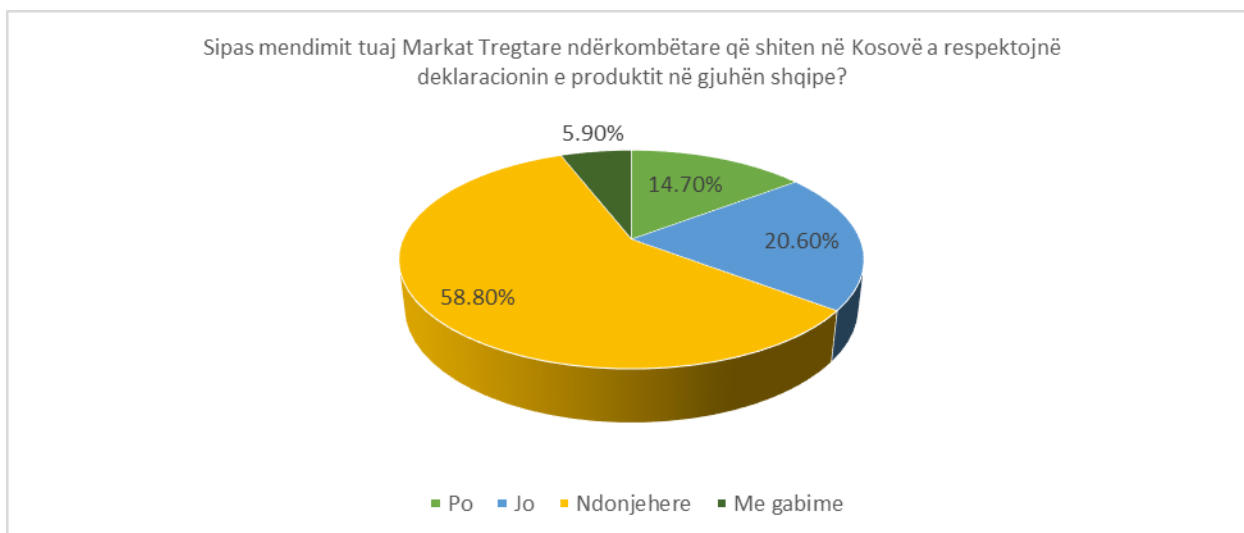


Figura 6. Respektimi i deklaracionit të Markave Tregtare ndërkombëtare në gjuhën shqipe



Figura 7. Monopoli i Markave Tregtare ndërkombëtare në Kosovë

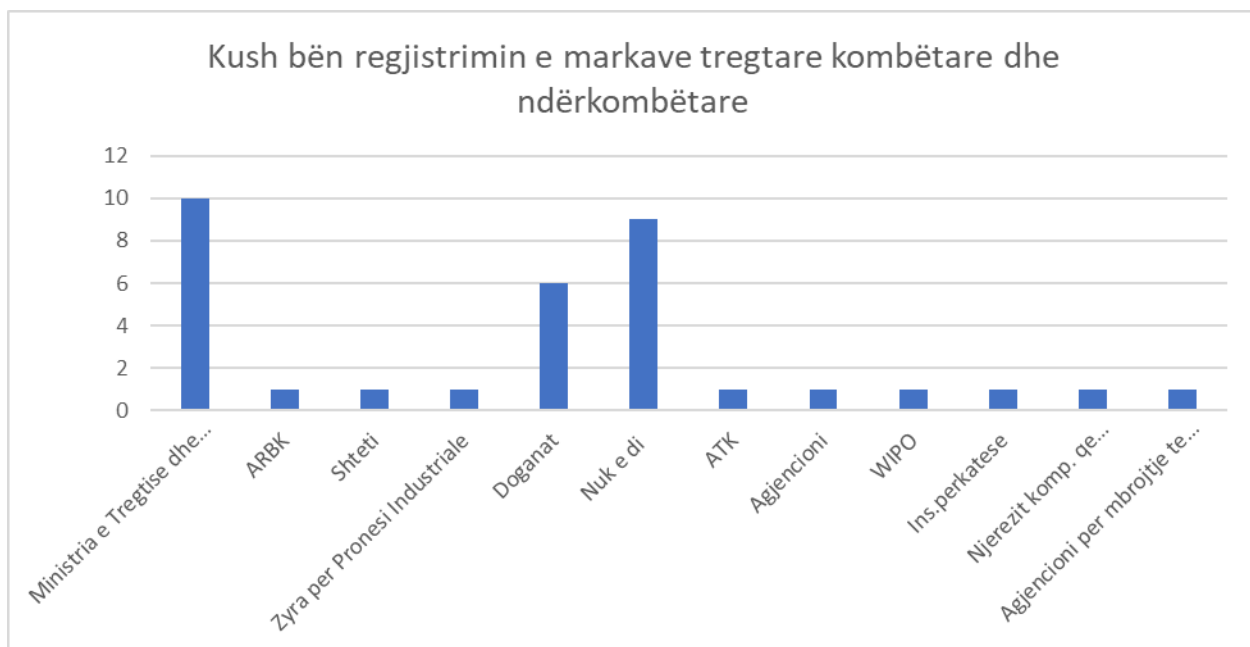


Figura 8. Regjistrimi i Markave Tregtare kombëtare dhe ndërkombëtare në Kosovë

3. DEKLARIMI I PROBLEMIT

Tema rreth Markave Tregtare është mjaft e re në rajonin e Ballkanit. Shumë shtete pas tranzicionit politik dhe ekonomik u përballën me vështirësi, mirëpo edhe përfituan shumë me rastin e bashkëpunimit me shtetet e zhvilluara ndërkombëtare. Komunikimi i madh ekonomik ndërmjet shteteve bëri që edhe në shtetin tonë të zhvillohet kjo degë, duke mundësuar kështu ngritjen e kapaciteteve dhe forcimin tonë ekonomik. Ngjashmëritë dhe dallimet në mes sistemeve të ndryshme juridike në botë rreth Markave Tregtare më nxitën që të shtjelloj këtë temë, në mënyrë që të shoh sesa përparim dhe përparim është bërë gjatë këtyre shekujve në krijimin e një ambienti të barabartë për të gjithë kompanitë që dëshirojnë të hyjnë në tregjet vendore dhe ndërkombëtare me markat e tyre tregtare.

4. METODOLOGJIA

Gjatë këtij punimi të diplomës do të përdoren literatura shkencore dhe literaturë relevante që do të gjendet në internet. Ky punim është i bazuar në përdorimin e metodave historike dhe asaj krahasuese.

Metoda historike: ku do të paraqitet zhvillimi i kohëpaskohshëm i të gjitha ligjeve, konventave, institucioneve dhe masave që u ndërmorën për të zhvilluar politikat kombëtare dhe ndërkombëtare për të krijuar një treg ku Markat Tregtare nuk do të keqpërdreshin nga kompanitë. Do të tregohen iniciativat dhe idetë e para për Makat Tregtare po ashtu edhe përpjekjet për mbrojtjen ligjore të tyre.

Metoda krahasuese: do të përfshijë ligjet, rregullat, mënyrat dhe metodat se si shtetet e ndryshme në botë i qasen mbrojtjes ligjore të Markave Tregtare. Në çfarë mënyre regjistrojnë dhe i japin të drejta ligjore një aplikuesi të Markës Tregtare, si e ndalojnë keqpërdorimin, kopjimin e Markave Tregtare. Në këtë pjesë do të paraqitet edhe bashkëpunimi ndërshtetëror i cili dërgoi në arritjen e një legjislacioni më të mirë ndërkombëtar.

Gjatë këtij punimi do të përpilohen intervista të ndryshme me publikun e gjerë dhe sigurisht që nuk do të mungojnë informacionet nga webfaqet e internetit. Në fund do të jepen edhe këndvështrime të ndryshme personale ku edhe arrihen përfundimet (konkluzionet) dhe rekomandimet për këtë punim diplome.

5. KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

5.1. Konkluzione

Duke parë zhvillimin e hovshëm të ekonomisë, teknologjisë, politikave kombëtare dhe ndërkombëtare sot Markat Tregtare janë më mirë të mbrojtura juridikisht. Sigurisht që ka ende nevojë për përmirësime, mirëpo, ato duhet të kryhen me një angazhim më të madh të institucioneve kombëtare dhe ndërkombëtare që merren me regjistrimin, klasifikimin dhe mbrojtjen e Markave Tregtare.

Kosova edhe pse nuk bën pjesë në autoritetet dhe organizmat ndërkombëtare siç janë: WIPO, EUIPO, EPO, ajo ka bërë përpjekje që të harmonizojë ligjet dhe standardet me shtetet rajonale dhe ato ndërkombëtare. Sot Markat Tregtare kanë vëmendjen e mjaftueshme mirëpo duhet edhe një vetëdijesim për të gjithë pjesëmarrësit në këtë proces që të respektojnë rregullat, ligjet, udhëzimet administrative që janë vendosur brenda këtyre viteve me shumë punë dhe sinqeritet nga të gjitha shtetet.

Qytetarët luajnë një rol shumë të veçantë për të paraqitur keqpërdorimin e Markave Tregtare, atëherë kur ai keqpërdorim paraqet konfuzitet, është mirë që institucionet shtetërore me anë të ligjeve të rregullojnë paqartësitë në tregun e caktuar.

Markat Tregtare sot janë më lehtë të punueshme, derisa në vitet kur teknologjia ishte fillestare, Markat Tregtare ishin më të thjeshta, kurse sot ato janë më të sofistikuara dhe më të përhapura nëpër botë. Komunikimi në mes njerëzve sot është më i lirshëm dhe idetë e ndryshme dhe mjaft produktive shkëmbehen dhe përpunohen në mënyrë që Markat Tregtare të jenë risi në tregjet kombëtare dhe ndërkombëtare. Sigurisht, ligjet duhet të respektohen, të përpunohen dhe të harmonizohen nga të gjitha shtetet pa dallim në mënyrë që zhvillimi Markave Tregtare mos të ndalohet dhe keqpërdoret nga kompanitë e caktuara.

5.2. Rekomandime

Në përfundim të këtij punimi të diplomës do të mundohem që të jap disa rekomandime rreth temës së Markave Tregtare. Këto rekomandime radhiten si vijon:

1. *Bashkëpunimi i institucioneve në Kosovë me ato të rajonit dhe ndërkombëtare.* Ky bashkëpunim do të sillte forcimin dhe konsolidimin e sferës ligjore rreth Markave Tregtare.
2. *Bisedimet me qytetarët dhe grupet e interesit për rëndësinë e mbrojtjes ligjore të Markave Tregtare,* do të vetëdijesonin shoqërinë për zhvillimin e juridiksionit dhe të ekonomisë së Republikës së Kosovës.

3. *Njoftimi përmes mjeteve të informimit për miratimet dhe ndryshimet e ligjeve rreth Markave Tregtare duhet të jetë më i madh.*

4. *Puna e institucioneve në terren, duhet të ngritet në nivel edhe më angazhues në mënyrë që të përcjellin ndryshimet e Markave Tregtare në treg.*

5. *Mbështetja e shtetit, në anën financiare për kompanitë vendore që kanë Markat Tregtare duhet të jetë e vazhdueshme, e qëndrueshme dhe e fuqishme.*

6. *Shkëmbimi i përvojave, trajnimeve, metodave të punimit, aplikimit, regjistrimit të Markave Tregtare me shtetet e ndryshme, do të jepte rezultate më të mira në sferën e Pronësisë Industriale dhe mbrojtjes ligjore të saj.*

7. *Respektimi i ligjeve kombëtare dhe konventave ndërkombëtare, do të mundësonte që Markat Tregtare të ishin serioze, konkurrenente si në tregun tonë, po ashtu edhe në atë ndërkombëtar.*

6. REFERENCAT

6.1. Referenca libra

1. WIPO "The protection of industrial property has as its object patents, utility models, industrial designs, trademarks, service marks, trade names, indications of source or appellations of origin, and the repression of unfair competition." [Online] Qasshëm nga https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html [Qasja më 11.09.2020]
2. Goldstein, P., 2012. COPYRIGHT, PATENT, TRADEMARK AND RELATED STATE DOCTRINES cases and materials on the law of intellectual property. [Online] Qasshëm nga <https://law.stanford.edu/publications/copyright-patent-trademark-and-related-state-doctrines-cases-and-materials-on-intellectual-property-law-7th-edition/> [Qasja më 11.09.2020]
3. WIPO Intellectual Property Handbook [Online] Qasshëm nga https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf, [Qasja më 11.09.2020]
4. Mark A. Lemley, *Property, Intellectual Property, and Free Riding* Archived "property as a common descriptor of the field probably traces to the foundation of the World Intellectual Property Organization (WIPO) by the United Nations." 2009-02-26 at the Wayback Machine, Texas Law Review, 2005, Vol. 83:1031, page 1033, footnote 4. [Online] Qasshëm nga <https://law.stanford.edu/publications/property-intellectual-property-and-free-riding/> [Qasja më 02.10.2020]
5. Wipo. WIPO. "Paris Convention for the Protection of Industrial Property". Retrieved 25 September 2018. [Online] Qasshëm nga https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf [Qasja më 12.09.2020]
6. World Intellectual Property Organization. Retrieved, "Understanding Industrial Property" 2018-12-06 [Online] Qasshëm nga <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4080> [Qasja më 11.09.2020]
7. World Trade Organization. World Trade Organization. Retrieved "What are intellectual property rights?". 2016.05.23. [Online] Qasshëm nga https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intell_e.htm [Qasja më 11.09.2020]

6.2. Referenca artikuj të ndryshëm shkencor

1. Trademarkhost.com, *Trademark registration in Portugal* [Online] Qasshëm nga <https://www.trademarkhost.com/trademark-registration-portugal#:~:text=Trademark%20registration%20Portugal%20-%20In%20Portugal%20the%20legal,Agreement%2C%20the%20Madrid%20Protocol%20and%20the%20European%20Union> [Qasja më 26.10.2020]
2. Hoffman Eitle (2019), Entry into Force of the Reform of the Spanish Trademark Law Force 17/2001, [Online] Qasshëm nga <https://www.hoffmaneitle.com/en/entry-into-force-of-the-reform-of-the-spanish-trademark-law-17-2001/> [Qasja më 26.10.2020]
3. Upcounsel (2020), *Trademarks USA: Everything You Need To Know*, [Online], Qasshëm nga <https://www.upcounsel.com/trademarks-usa#:~:text=Trademarks%20in%20the%20USA%20are%20protected%20by%20state,essential%20information%20on%20trademarks%20in%20the%20United%20States.> [Qasja më 20.10.2020]
4. Brandstock, The differences when registering a trademark in different countries, 2018, <https://blog.brandstock.com/the-differences-when-registering-a-trademark-in-different-countries>
5. EUIPO, (02-02-2016), *Trade marks in the European Union* [Online], Qasshëm nga: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-in-the-european-union> [Qasja 17 Tetor 2020]
6. Faegre & Benson LLP, 2010, *Trademark Basics*, [Online], Qasshëm nga: www.faegredrinker.com [Qasja 18.10.2020]
7. GOV.UK (22.02.2016) *Guidance Intellectual Property crime and infringement* [Online] Qasshëm nga <https://www.gov.uk/guidance/intellectual-property-crime-and-infringement#trade-mark-infringement> [Qasja më 18.10.2020]
8. Gov.uk (27.09.2018) Statutory guidance Trade Marks Act 1994 [Online] Qasshëm nga <https://www.gov.uk/government/publications/trade-marks-act-1994#history> [Qasja më 26.10.2020]
9. Himani Gupta, (19.05.2017), *Can same trademark be registered in different countries?* [Online], Qasshëm nga <https://www.centrik.in/can-same-trademark-be-registered-in-different-countries/>, Qasja [21.10.2020]
10. Intepat (15.07.2020), *Trademark Registration in Europe | EUIPO*, [Online], Qasshëm nga: <https://www.intepat.com/blog/trademark/trademark-registration-in-europe-euipo/>, [Qasja 18.10. 2020]
11. JPO, 09.04.2020, *Effect of Trademark Rights*, [Online], Qasshëm nga: https://www.jpo.go.jp/e/system/trademark/gaiyo/effects_trademark.html, Qasja [19.10.2020]
12. Prof. Dr. Dr. habil. Horst-Tilo Beyer, Sommersemester 1999, *Globalisierung und Internationalisierung der Märkte und ihre Konsequenzen für kleine und mittlere Unternehmen*, [Online], Qasshëm nga: http://www.online-lehrbuch-bwl.de/lehrbuch/hst_kap1/global/global_h.PDF, Qasja [22.10.2020]

13. Upcounsel (2020) *Intellectual Property Rights History: Everything to Know* [Online] Qasshëm nga <https://www.upcounsel.com/intellectual-property-rights-history> [Qasja më 26.10.2020]
14. Upcounsel, June 26,2020, *Types of Trademarks: Everything You Need to Know*,. [Online],Qasshëm nga <https://www.upcounsel.com/types-of-trademarks#:~:text=What%20are%20Types%20of%20Trademarks%3F%201%20Generic%20Mark,the%20good%20or%20service.%20...%20More%20items...%20> [Qasja më 27.10.2020]
15. USAID, Mbrojtja dhe zbatimi i markave tregtare, Luljeta Plakolli-Kasumi LL.M, Nëntor 2008, [Online] Qasshëm nga <https://juristat.files.wordpress.com/2012/08/menaxhimi-ekonomik.pdf> [Qasja më 28.10.2020]
16. USPTO, 30.09.2020, *Trademark process An overview of a trademark application and maintenance process*,[Online] Qasshëm nga https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/trademark-process?fbclid=IwAR13zro5FkmBMSMggySFPdKY3HmGvZt4DbOuhi2_GJ8ghqAxSrt7WwuXBZg#step6. [Qasja më 02.11.2020]
17. WIPO IP Statistics Data Center, Prill 2020, [Online] Qasshëm nga <https://www3.wipo.int/ipstats/ipsStakeBarchart>, [Qasja më 18.09.2020]
18. WIPO IP Statistics Data Center, Prill 2020, [Online] Qashëm nga <https://www3.wipo.int/ipstats/ipsBarchartval>, [Qasja më 18.09.2020]
19. WIPO, Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) [Online] Qasshëm nga https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html, [Qasja më 12.09.2020]
20. World Intellectual Property Organisation, 1993, *Introduction to trademark law and practice, The basics concepts a WIPO Training Manual*, [Online] Qasshëm nga https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_653.pdf. [Qasja më 11.09.2020]

6.3. Bibliografi webpage

1. Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale (2020), Historiku i DPPI, [Online] Qasshëm nga <http://dppi.gov.al/rrethdppi/historiku-i-dppi/> [Qasja më 28.11.2020]
2. Drzaven Zavod za Industrijska Sopstvenost Severna Makedonija (2019) [Online] Qasshëm nga http://www.ippo.gov.mk/MK/Index_mk.aspx [Qasja më 26. 11.2020]
3. Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021) [Online] Qasshëm nga <https://www.dziv.hr/>, [Qasja më 13.01.2021]
4. Gazeta Zyrtare e Kosovës, (2011) [Online] Qasshëm nga <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=2456> [Qasja më 28.11.2020]
5. Gazeta Zyrtare e Kosovës, (2016) [Online] Qasshëm nga <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=2753> [Qasja më 28.11.2020]
6. Gazeta Zyrtare e Kosovës, (2012) Qasshëm nga <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=12656> [Qasja më 28.11.2020]
7. Abg Intellectual Property, The European Union`s trademark system [Online] Qashëm nga <https://abg-ip.com/register-european-union-trade-mark/> [Qasja më 27.11.2020]
8. National Archives 25.08.2016, [Online] Qasshëm nga <https://web.archive.org/web/20160825095504/http://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/241.html> [Qasja më 25.11.2020]
9. WIPO IP Portal, World Intellectual Property Organization (WIPO)*Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (as amended on September 28, 1979) (Authentic text)* [Online] Qasshëm nga <https://wipolex.wipo.int/en/text/283854> [Qasja më 24.11.2020]
10. WIPO IP Portal African Regional Industrial Property Organization (ARIPO) (5 texts) [Online] Qasshëm nga <https://wipolex.wipo.int/en/treaties/members/profile/ARIPO> [Qasja më 24.11.2020]
11. Institut za Intelektualno Vlasništvo Bosna i Hercegovina [Online] Qasshëm nga <https://www.ipr.gov.ba/bs> [Qasja më 26.11.2020]
12. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Agjencia për Pronësi Industriale, [Online] Qasshëm nga <https://kipa.rks-gov.net/Page.aspx?id=1,17> [Qasja më 26.11.2020]
13. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Agjencia për Pronësi Industriale, Raport vjetor 2019, [Online] Qasshëm nga <https://kipa.rks-gov.net/desk/inc/media/F7C499FE-EF9F-4042-94B7-B16227F4B822.pdf> [Qasja më 26.11.2020]

14. Urad Republike Slovenije za Intelektualno Lastnino [Online], Qasshëm nga <http://www.uil-sipo.si/> [Qasja më 27.11.2020]
15. Zavod za Intelektualnu Svojinu Republike Srbije [Online], Qasshëm nga <http://www.zis.gov.rs/pocetna.1.html> [Qasja më 27.11.2020]