



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EPI|CENTAR
Economy · Planning · Innovation
Your partner of choice

**DORACAK PËR MBROJTJEN
E MARKËS TREGTARE DHE
RËNDËSINË E TË DREJTAVE TË
PRONËSISË INTELLEKTUALE PËR BIZNESET**



СТОПАНСКА КОМОРА
НА МАКЕДОНИЈА
ECONOMIC CHAMBER
OF MACEDONIA



MASIT
ICT Chamber of Commerce



OEMVP



СОЈУЗ НА СТОПАНСКИ
КОМОРИ НА МАКЕДОНИЈА
ВОДЕЧКА МАКЕДОНСКА ДЕЛОВНА МРЕЖА

AUTORË:

ANILA EJUPI
MIRANDA AJDINI
DRILON ISENI

RECENZUES:

SKUPI MARK & PATENT DOOEL SHKUP

LEKTURIMI:

LEK DALIPI

SHTYP:

FOKUS PRINT

TIRAZHI:

150

Ky doracak është përgatitur me mbështetjen e popullit amerikan nëpërmjet Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Opinione të shprehura në këtë publikim “Doracak për mbrojtjen e markës tregtare dhe rëndësinë e të drejtave të pronësisë intelektuale për bizneset” jupërkasin autorëve dhe nuk shprehin qëndrimet e Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar ose të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara të Amerikës.

PËRMBAJTJA

1. Çka paraqet pronësia intelektuale?	4
1.1. Cilat janë të drejtat e pronësisë intelektuale (PI)?	5
2. Përse është e rëndësishme Pronësia intelektuale (PI) për bizneset?	5
2.1. Si mund të rrisë Pronësia Intelektuale vlerën e tregut të ndërmarrjes suaj?	7
2.2. Si mund të përdorë ndërmarrja juaj Pronësinë Intelektuale për financim?	8
2.3. Ndikimi i markës tregtare në biznesin tuaj	8
2.4. Ndikimi i pronësisë intelektuale në mundësitë për eksport të ndërmarrjeve	9
3. Marka tregtare	9
3.1. Ç'është marka tregtare?	9
3.2. Cilat janë karakteristikat dhe funksionet e markës tregtare?	12
3.3. Klasifikimi ndërkombëtar i mallrave dhe shërbimeve	12
3.4. Mbrojta dhe regjistrimi i markave tregtare në Republikën e Maqedonisë së Veriut	13
3.5. Vlefshmëria, shfrytëzimi dhe pushimi i së drejtës së markës tregtare	14
3.6. Sanksionet për shkelje dhe keqpërdorim të të drejtave nga pronësia industriale	15
4. Mbrojta ndërkombëtare	17
4.1. Pse duhet ndërmarrja juaj të mbrojë PI-në e saj jashtë vendit?	18
5. Përfundime dhe rekomandime	19

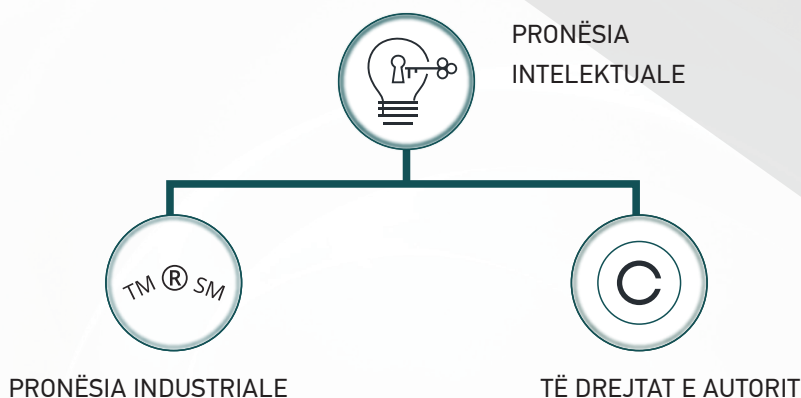
1. ÇKA PARAQET PRONËSIA INTELLEKTUALE?

Sipas Oxford Dictionary, pronësia intelektuale konsiderohet çdo punë apo zbulim nga kreativiteti i individit, që mund të jetë një dorëshkrim ose dizajn, dhe për të cilën individit ka të drejtë dhe mund të përdor patentë, të drejtë të autorit apo shenjë dalluese.

Pra, pronësia intelektuale i referohet krijimeve të mendjes të tilla si: shpikjet, veprat letrare dhe artistike, simbolet, emrat dhe imazhet e përdorura në tregti.

Pronësia Intelektuale (PI) ndahet në dy kategori :

1. Pronësi industriale
2. Të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta



Sipas Ligjit për pronësi industriale të Republikës së Maqedonisë së Veriut¹, të drejtat nga pronësia industriale janë: patenta, dizajni industrial, marka tregtare, shenja e prejardhjes dhe shenja gjeografike.

Ndërsa, me Ligjin për të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta² mbrohet e drejta e autorit mbi veprat e tij autoriale (romanet, poemat), të drejtat e artistëve-realizuesve, të prodhuesve të fonogrameve, të prodhuesve të videogrameve (producentëve filmikë), të organizatave radiotelevizive, të botuesve dhe të përpiluesve të bazave të të dhënave mbi lëndët e tyre të të drejtave të përafërta.

¹ Ligji për pronësi industriale (Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr. 21/2009, 24/11, 12/14, 41/14, 152/15, 53/16, 83/18 dhe 31/20).

² Ligji për të drejtat e autorit dhe të drejtat e përafërta (Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr. 115/10, 51/11, 147/13, 154/15 dhe 27/16).

1.1. CILAT JANË TË DREJTAT E PRONËSISË INTELLEKTUALE (PI)?

Të drejtat e pronësisë intelektuale janë si çdo e drejtë tjetër pronësore. Ato u mundësojnë krijuesve apo pronarëve të patentave, markave tregtare ose veprave të mbrojtura nga të drejtat e autorit, të përfitojnë nga puna e tyre ose investimi i bërë në një krijim të caktuar.

Këto të drejta përshkruhen në nenin 27 të Deklaratës Universale të të Drejtave të Njeriut, e cila parasheh që: “Gjithkush ka të drejtë të mbrojë interesat morale dhe materiale, që rrjedhin nga çdo krijimtari shkencore, letrare dhe artistike, autor i të cilave është vetë ai”.

Rëndësia e pronësisë intelektuale u pranua për herë të parë në Konventën e Parisit për Mbrojtjen e Pronësisë Industriale (1883) dhe Konventën e Bernës për mbrojtjen e veprave letrare dhe artistike (1886). Të dy traktatet administrohen nga Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale (WIPO).

WIPO³ është agjenci e specializuar e Kombeve të Bashkuara, e themeluar në vitin 1967 me seli në Gjenevë të Zvicrës. Misioni i WIPO është që të zhvillojë një sistem ndërkombëtar të ekuilibruar dhe të arritshëm të PI-së, i cili shpërblen kreativitetin, stimulon inovacionet dhe kontribuon në zhvillimin ekonomik duke mbrojtur interesat publike.

2. PËRSE ËSHTË E RËNDËSISHME PRONËSIA INTELLEKTUALE (PI) PËR BIZNESET?

Të kuptuarit e rëndësisë së komponentëve të ndryshëm të sistemit të pronësisë intelektuale dhe përdorimit të tij në mënyrë efektive, si pjesë integrale e strategjisë së një biznesi, është thelbësore për suksesin e kompanisë në treg. Bizneset kanë nevojë për sistemin e pronësisë intelektuale për të mbrojtur sekretet e prodhimit ose informacione të tjera të dobishme në mënyrë që të jenë gjithmonë një hap përpara konkurrentëve.

Pronësia intelektuale është e rëndësishme për bizneset pasi që ajo është pasuri jo-materiale që mund të shfrytëzohet financiarisht, sepse njëjtë si pronat fizike, ajo mund të shitet ose licenohet. Çdo biznes posedon pasuri të tilla, pa marrë parasysh nëse ata janë të vetëdijshëm për to, ose jo.

Disa nga fushat kryesore të PI që prekin direkt bizneset sot janë:

- markat tregtare,
- të drejtat e autorit,
- patentat, dhe
- sekretet afariste.

³ World Intellectual Property Organization, <https://www.wipo.int/about-wipo/en/>

Promovimi dhe edukimi i shoqërisë dhe i institucioneve për të drejtat e Pronësisë Intelektuale janë shumë të rëndësishme për tu siguruar që krijuesit dhe inovatorët të njohin të drejtat e tyre dhe të kuptojnë që veprat, kreacionet dhe inovacionet mund të mbrohen. Pa marrë parasysh llojin ose madhësinë e kompanisë, gjithmonë ka aspekte të së drejtës së pronësisë intelektuale që prekin kompaninë tuaj dhe ato të drejta duhet të mbrohen. Bizneset duhet të shfrytëzojnë plotësisht pasuritë e tyre nga pronësia intelektuale në mënyrë që të ruajnë cilësinë e vazhdueshme të produkteve dhe shërbimeve të tyre ndaj konsumatorëve dhe të zhvillojnë besnikërinë afatgjate tek klientët.



Pronësia Intelektuale, si një prej degëve më dinamike të së drejtës është prezente në shumicën e gjërave që na rrethojnë.

Shembulli më i zakonshëm për këtë, ka të bëjë pikërisht me bindjet tona për zgjedhjen e produkteve ose shërbimeve në treg, si dhe mënyrën se si i dallojmë. Shumicën e kohës ne zgjedhim produkte ose shërbime të cilat janë të njohura në

treg dhe të cilët përmbajnë një emër ose markë tregtare që është e njohur dhe e besueshme për konsumatorët. Prandaj është shumë e rëndësishme që mallrat dhe shërbimet tuaja të dallohen në treg dhe të krijohet një besueshmëri nga ana e konsumatorëve dhe të zhvillohet një klientelë besnike. Për shumicën e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme (NVM), produktet ose shërbimet e marketingut paraqesin një sfidë të madhe.

Kjo do të thotë që klientët, me një shikim duhet të jenë në gjendje të bëjnë dallim midis produkteve ose shërbimeve tuaja dhe atyre të konkurrentëve tuaj dhe t'i shoqërojnë ato me cilësi të caktuara të dëshiruara. Pronësia intelektuale, kur përdoret në mënyrë efikase, është një mjet i rëndësishëm në krijimin e një imazhi për biznesin tuaj në mendjen e klientëve tuaj të tanishëm dhe të mundshëm si dhe në pozicionimin e biznesit tuaj në treg.



Të drejtat e PI, të kombinuara me mjete të tjera të marketingut (siç janë reklamat dhe aktivitetet e tjera të pr të shitjeve) janë thelbësore për:

- Diferencimin e produkteve dhe shërbimeve tuaja dhe bërja e tyre lehtësisht të njohshme;
- Promovimin e produkteve ose shërbimeve tuaja dhe krijimi i një klientele besnike;
- Diversifikimin e strategjisë suaj të tregut në target grupe të ndryshme;
- Marketingun e produkteve ose shërbimeve tuaja në vendet e huaja;
- Përfitim më të madh nga mbrojtja e PI.

2.1. SI MUND TË RRISE PRONËSIA INTELEKTUALE VLERËN E TREGUT TË NDËRMARRJES SUAJ?

Vlera e pronësisë intelektuale (PI) shpesh nuk vlerësohet në mënyrë adekuate dhe potenciali i saj për të ofruar mundësi për fitime në të ardhmen është gjerësisht i nënvlerësuar nga ndërmarrjet. Megjithatë, kur PI mbrohet me ligj dhe ekziston kërkesë për produktet dhe shërbimet e mbrojtura nga PI në treg, atëherë ajo mund të bëhet një aset i vlefshëm i biznesit.

- PI mund të krijojë të ardhura për NVM-të përmes licencimit, shitjes ose komercializimit të produkteve ose shërbimeve të mbrojtura nga PI të cilat mund të përmirësojnë dukshëm pjesën e tregut të një ndërmarrjeje ose të rrisin marzhet e fitimit të saj;
- Të drejtat e PI-së mund të rrisin vlerën e ndërmarrjes tuaj në sytë e investitorëve dhe institucioneve financiare;
- Në rast të shitjes, bashkimit ose blerjes, asetet e PI mund të rrisin dukshëm vlerën e ndërmarrjes suaj, dhe në raste të caktuara ato mund të jenë asetet parësore ose të vetme që kanë vlerë.

Përdorimi strategjik i aseteve të PI mund të rrisë ndjeshëm konkurrueshmërinë e ndërmarrjeve tuaja. NVM-të duhet të sigurohen që janë të gatshme të përballen me sfidën dhe të marrin masat e duhura për të shfrytëzuar PI e tyre dhe ta mbrojnë të njëjtën kur është e mundur. Ashtu si pasuritë fizike, asetet e PI duhet të blihen dhe mirëmbahen, llogariten, vlerësohen, monitorohen nga afër, dhe të menaxhohen me kujdes në mënyrë që të nxjerrin vlerën e tyre të plotë, por para se të mund të bëhet kjo, ndërmarrjet duhet së pari të njohin vlerën e pronësisë intelektuale dhe të fillojnë ta shohin atë si një aset të vlefshëm biznesi.

2.2. SI MUND TË PËRDORË NDËRMARRJA JUAJ PRONËSINË INTELKTUALE PËR FINANCIM?

Vitet e fundit, ka një rritje të ndërgjegjes tek ndërmarrjet se pasuritë që rrjedhin nga pronësia intelektuale mund të materializohen, dhe atë në disa mënyra.

PI mund të shitet, licencohet, përdoret si sigurim për financimin e borxhit, ose mund të sigurojë një bazë shtesë ose alternative për kërkimin e kapitalit nga miqtë, familja, investitorët privatë (të ashtuquajturit "engjëj të biznesit", të cilët investojnë në NVM dhe shpesh ofrojnë përvojë dhe aftësi afariste) si dhe banka të specializuara dhe nga banka të rregullta.

Për më tepër, në disa vende, Qeveria siguron inkurajim dhe mbështetje për kompanitë Start-Up të cilët shfrytëzojnë teknologji të lartë dhe kompani të tjera inovative përmes granteve, garancive, subvencioneve dhe/ose kredive, të cilat sigurohen përmes institucioneve të ndryshme të financimit publik dhe bankave që direkt ose indirekt njohin rëndësinë e pasurive së pronësisë intelektuale.

2.3. NDIKIMI I MARKËS TREGTARE NË BIZNESIN TUAJ

Pavarësisht se çfarë produkti ndërmarrja juaj prodhon ose çfarë shërbimi ofron, ka të ngjarë që ajo rregullisht përdor dhe krijon një pjesë të konsiderueshme të pronësisë intelektuale.

Në këtë rast, është e rëndësishme të merrni parasysh në mënyrë sistematike hapat e nevojshëm për mbrojtjen, administrimin dhe zbatimin e saj, në mënyrë që të merrni rezultatet më të mira të mundshme tregtare nga pronësia e saj.

Nëse përdorni pronë intelektuale që u përket të tjerëve, atëherë duhet të merrni në konsideratë blerjen e saj ose marrjen e të drejtave për ta përdorur atë duke fituar të drejtën e licencës në mënyrë që të shmangni mosmarrëveshjet dhe rrjedhimisht një proces gjyqësor të shtrenjtë.

Pothuajse çdo NVM ka një emër tregtar ose një ose më shumë marka tregtare dhe duhet të marrë parasysh mbrojtjen e tyre. Shumica e NVM posedojnë informacion të vlefshëm konfidencial të biznesit, nga listat e klientëve deri në taktikat e shitjeve që ato mund të dëshirojnë t'a mbrojnë.

Në të gjitha rastet e tilla, kompania juaj duhet të merr në konsideratë se si të përdorë më mirë sistemin e PI në dobi të tyre. Mos harroni se PI mund t'u ndihmojë

kompanive tuaja në pothuajse çdo aspekt të zhvillimit të biznesit tuaj dhe strategjisë konkurruese: nga zhvillimi i produktit deri në finalizimin e tij, nga ofrimi i shërbimeve deri në marketing dhe nga ngritja e burimeve financiare deri tek eksportimi ose zgjerimi i biznesit tuaj jashtë vendit përmes licencimit ose ekskluzivitetit.

2.4. NDIKIMI I PRONËSISË INTELEKTUALE NË MUNDËSITË PËR EKSPORT TË NDËRMARRJEVE

Para se të fillojnë të eksportojnë, ndërmarrjet kalojnë nëpër disa hapa, duke filluar nga identifikimi i një tregu të përshtatshëm për eksport dhe vlerësim të kërkesës, deri te gjetja e burimeve të shpërndarjes, vlerësimi i kostove dhe sigurimi i fondeve. Arsyt kryesore pse duhet të merrni parasysh edhe çështjet e pronësisë intelektuale (PI) gjatë planifikimit të strategjisë suaj të eksportit, dhe të shikoni cilat të drejtat të PI mund të rrisin konkurrueshmërinë e ndërmarrjes tuaj të vogël ose të mesme (NVM) në tregjet e eksportit.

Meqenëse të drejtat e PI janë "territoriale", respektivisht janë në dispozicion vetëm për shtetin ose rajonin në të cilin janë regjistruar, që të keni të drejtat ekskluzive të PI në tregjet e huaja, do të duhet të kërkoni dhe të merrni mbrojtje edhe jashtë vendit.

Arsyet për mbrojtje të pronësisë intelektuale në tregjet eksportuese janë:

- Të drejtat e PI, sidomos patentat, mund të hapin mundësi të reja eksportuese;
- Të drejtat e PI, sidomos markat tregtare dhe dizajnet industriale mund të ndihmojnë në krijimin e një pozite më të volitshme në tregun eksportues;
- Të drejtat e PI rrisin mundësinë e fitimit të klientelës besnike për produktet dhe shërbimet tuaja në tregjet e eksportit.

3. MARKA TREGTARE

3.1. Ç'ËSHTË MARKA TREGTARE?

Marka tregtare është shenjë, një nga të drejtat e pronësisë industriale dhe është pjesë e shenjave distinktive. Ajo ndihmon që të bëhet dallimi mes mallrave ose shërbimeve që ofrohen nga subjekte të ndryshme. Është shenjë e regjistruar për mallra ose shërbime në fushën e biznesit, e cila ndihmon për të dalluar mallrat

dhe shërbimet e llojit të njëjtë ose të ngjashëm. Duhet të përmendet që mbrojtja e saj është e paraparë me ligj. Në një farë mënyre, ajo individualizon mallrat dhe shërbimet e ofruara nga konkurrentët mes veti.

Çdo shenjë, ose çdo kombinim i shenjave, të afta për të dalluar mallrat ose shërbimet e një ndërmarrje nga ato të ndërmarrjeve të tjera, përbën markë tregtare. Shenja të tilla, në veçanti fjalët, përfshirë emrat personal, shkronjat, numrat, elementet figurative, kombinimet e ngjyrave, si dhe çdo kombinim i shenjave të tilla, do të mund të regjistrohen si marka tregtare. Kur nëpërmjet shenjave nuk mundemi të dallojmë të mirat ose shërbimet përkatëse, personat mund të bëjnë që regjistrimi të varet nga dallueshmëria e fituar përmes përdorimit. Anëtarët mund të kërkojnë, si kusht për regjistrim, që shenjat të jenë të perceptuara vizualisht. (Marrëveshja TRIPS, Neni. 15).⁴

Që prej shumë kohësh, marka tregtare është shenja dalluese më e rëndësishme. Fillimet e ligjit modern në lidhje me markat tregtare datojnë prej në Francë. Ligji modern i pronësisë intelektuale, i cili përfshin pronësinë industriale së bashku me markat tregtare, ka rëndësi të madhe në ditët e sotme, sepse ka shumë ndikim në zhvillimin e tregtisë dhe industrisë. Sidomos ndikim të madh ka në zgjidhjen e konkurrencës jolojale e cila ndodh shumë shpesh në fushën e mallrave dhe shërbimeve.

Duke filluar nga shekulli 20 e deri më sot, një nga gjërat më të rëndësishme në lidhje me markat tregtare është marketingu. Marketingu ndihmon për t'i afruar mallrat dhe shërbimet më afër konsumatorëve, përmes mediave, teknologjive informative dhe me ndihmën e paketimit ose materialit promovues. Psikologjia na ndihmon të dallojmë numrin e madh të mallrave dhe shërbimeve që ofrohen çdo ditë në këtë treg të madh global. Edhe pse këto janë përkufizime shumë të përgjithshme të markave tregtare, të gjitha rregullat janë të standardizuara në shumicën e vendeve në botë.

Me markë tregtare mbrohen shenjat e përshtatshme për dallim siç janë: fjalët, shkronjat, numrat, pikturat, vizatimet, kombinimet e ngjyrave, format tredimensionale, duke përfshirë format e mallrave ose amballazhet e tyre, si dhe kombinimi

⁴ Agreement on trade-related aspects of Intellectual Property rights
https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf

i shenjave të përmendura më lart.

Për shembull - fjalë: "Deutsche Bank" për një bankë; emrat: "Hilton" për hotele; parulla: "Fly me" për linjë ajrore; pajisje: ylli për Mercedes Benz; shkronjat: VW, BMW për automjete; fotografi ose simbole: katër unazat e Audi; etj.

Fjalët dhe shkronjat mund të shkruhen në cilëndo gjuhë dhe me cilindo shkrim. Për shembull: LECKER, МАКПЕТРОЛ, VEZË SHARRI, etj.



Çfarë domethënie kanë simbolet TM SM [®]?

- Simboli TM - nga gjuha angleze "trade mark" nënkupton që një shenjë e caktuar është markë tregtare;
- Simboli SM - nga gjuha angleze "service mark" nënkupton që marka e caktuar përdoret për shërbime;
- Simboli [®] - nga gjuha angleze "registered" përdoret për të treguar që marka tregtare e caktuar është e regjistruar.

Marka tregtare mund të jetë:

- 1) Markë individuale – ku parashtues i fletëparaqitjes është një person fizik ose juridik;
- 2) Markë kolektive – me të cilën mbrohet shenja e cila është e dedikuar për shënimin e përbashkët të prodhimeve ose shërbimeve nga ana e shoqatave ose asociacioneve tjera të personave fizik dhe juridik;

- 3) Markë çertifikuese – me të cilët mbrohet shenja që e shfrytëzojnë disa shoqata tregtare nën mbikëqyrje të bartësit të markës së çertifikuar dhe shërben për mbrojtjen e kualitetit, prejardhjen, mënyrën e prodhimit ose karakteristika tjera të përbashkëta të mallrave ose shërbimeve të këtyre shoqatave tregtare.



3.2. CILAT JANË KARAKTERISTIKAT DHE FUNKSIONET E MARKËS TREGTARE?

Në thelb, ekzistojnë disa karakteristika dhe funksione kryesore të markave tregtare:

- Së pari, dhe më e rëndësishmja është që shenja (marka tregtare) duhet të jetë e veçantë (distinktive). Kjo do të thotë që një konsumator i thjeshtë të mund të bëjë dallimin midis mallrave dhe shërbimeve të ngjashme që ofrohen në treg.
- Së dyti, nuk duhet të jetë mashtruese. Kjo do të thotë që marka tregtare nuk duhet të jep një pamje ose përshtypje të ndryshme nga ajo e vërteta.
- Së treti, marka tregtare ka funksion garantues. Që nënkupton se garanton që një produkt i caktuar i cili është i shënuar me një markë tregtare të njohur për konsumatorët është gjithnjë me të njëjtën cilësi.
- Së katërti, marka tregtare ka funksion reklamues, pra do të thotë se marka tregtare e njohur ndikon mbi konsumatorët ose përdoruesit e produkteve ose shërbimeve të caktuara.

3.3. KLASIFIKIMI NDËRKOMBËTAR I MALLRAVE DHE SHËRBIMEVE

Markat tregtare parashtrihen/regjistrohen për mallra dhe/ose shërbime të caktuara që janë në korrelacion me veprimtarinë e parashtruesit të aplikimit.

Klasifikimi ndërkombëtar i mallrave dhe shërbimeve, i njohur me emrin Klasifikimi i Nicës, është sistem i klasifikimit të mallrave dhe shërbimeve i cili aplikohet me qëllim të regjistrimit të markave tregtare.

Sipas Marrëveshjes Ndërkombëtare të Nicës për klasifikim, mallrat dhe shërbimet klasifikohen në 45 klasa, nga të cilat 34 janë klasa të mallrave ndërsa 11 janë klasa të shërbimeve.

Gjatë parashtrimit të aplikimit, mallrat dhe shërbimet duhet të jenë të klasifikuara dhe shënuara sipas Klasifikimit Ndërkombëtar, ashtu që së pari shënohet numri i klasës, pastaj mallrat dhe shërbimet e përfshira me atë klasë.

Listën alfabetike të produkteve dhe shërbimeve sipas klasave mund ta gjeni në TMclass⁵, e cila është një databazë që ju ndihmon të kërkonti dhe klasifikoni produktet dhe shërbimet e nevojshme për të aplikuar për mbrojtje të markës tregtare si dhe termet adekuate që përdoren për të njëjtat.

3.4. MBROJTA DHE REGJISTRIMI I MARKAVE TREGTARE NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË SË VERIUT

Procedurën për fitimin e të drejtës së markës tregtare mund ta iniciojë personi fizik dhe personi juridik i vendit ose i huaj.

Procedura për njohjen e markës tregtare fillohet me parashtrimin e fletëparaqitjes për markën tregtare në Entin Shtetëror për Pronësi Industriale (ESHPI).

Fletëparaqitja e markës tregtare patjetër duhet të përmbajë:

- 1) kërkesën për njohjen e së drejtës së markës tregtare;
- 2) të dhënat për parashtruesin e fletëparaqitjes;
- 3) pamjen e shenjës për të cilën kërkohet mbrojtje, dhe
- 4) listën e mallrave dhe shërbimeve për të cilat kërkohet mbrojtje.

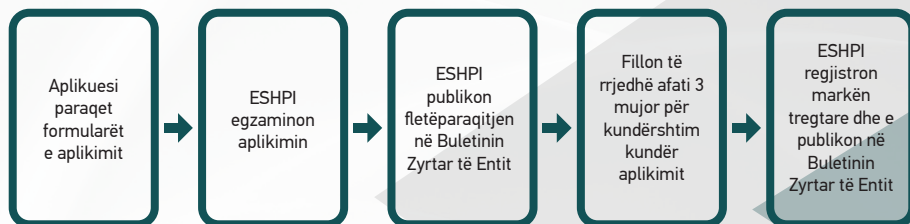
Nëse aplikimi është i rregullt, gjegjësisht i përmban të gjitha pjesët e nevojshme përbërëse dhe shtesat e parapara me Ligj dhe Rregullore, Enti ekzaminon se a janë plotësuar kushtet për regjistrim të së drejtës. Nëse aplikimi i plotëson kushtet e parapara me Ligj dhe nëse janë paguar shpenzimet përkatëse, të dhënat e aplikimit publikohen në Buletinin e Entit.

Është me rëndësi të theksohet që nga data e publikimit të aplikimit për markë tregtare në Buletinin e Entit, fillon të rrjedhë afati për kundërshtim kundër aplikimit, i cili zgjat **tre muaj**.

Nëse pas përfundimit të këtij afati nuk është parashtruar asnjë kundërshtim për aplikimin në fjalë dhe pasi që janë paguar taksat dhe shpenzimet e parapara, Enti sjell vendim për njohjen e markës tregtare dhe të njëjtën e regjistron në Regjistrin e markave tregtare e cila publikohet edhe në Buletinin e Entit.

⁵ <http://tmclass.tmdn.org/ec2/>

Pra, procedura për njohje dhe regjistrim të markës tregtare zhvillohet në këtë mënyrë:



Enti, pronarit të markës tregtare i lëshon çertifikatën e regjistrimit më së voni në afat prej gjashtë muajsh nga data e sjelljes së Vendimit për regjistrimin e markës tregtare.

Në ueb faqen zyrtare të Entin Shtetëror për Pronësi Industriale të RMV-së ekziston databazë⁶ për kërkimin e markave tregtare të regjistruara në Republikën e Maqedonisë së Veriut, e cila ju mundëson konsumatorëve të kenë qasje më të lehtë deri tek markat tregtare por edhe personave juridik që kanë për qëllim të regjistrojnë markat e tyre tregtare, ta kenë më të lehtë të bëjnë dallimin e markës së tyre prej kompanive që ofrojnë produkte ose shërbime njëjta ose të ngjashme.

3.5. VLEFSHMËRIA, SHFRYTËZIMI DHE PUSHIMI I SË DREJTËS SË MARKËS TREGTARE

Marka tregtare vlen **dhjetë vjet** nga dita e parashtrimit të fletëparaqitjes. Vlefshmëria e markës tregtare mund të vazhdohet në numër të pakufizuar edhe atë për periudhë nga dhjetë vjet, me kusht që bartësi i së drejtës gjatë vitit të fundit nga dhjetëvjeçari i vlefshmërisë ose më së voni nëntë muaj nga skadimi i vlefshmërisë, Entit t'i dorëzojë kërkesë për vazhdimin e vlefshmërisë së markës tregtare dhe t'i paguaj taksat dhe shpenzimet përkatëse të procedurës.

Bartësi i markës tregtare është i detyruar ta shfrytëzojë atë në qarkullimin e mallrave dhe shërbimeve për të cilat ajo është e regjistruar, në mënyrë që të ruajë vlefshmërinë e markës tregtare, përveç nëse ekzistojnë shkaqe serioze për mos-shfrytëzim, pavarësisht nga vullneti i bartësit.

⁶ <http://www.ippo.gov.mk/Search/TrademarkSearch.aspx>

Marka tregtare pushon të vlejë:

- 1) kur bartësi i së drejtës pa shkaqe të arsyeshme nuk e shfrytëzon markën tregtare për më shumë se pesë vjet pandërprerë nga dita e regjistrimit të markës tregtare, në regjistrin e markave tregtare, përkatësisht nga dita kur marka tregtare për herë të fundit është shfrytëzuar;
- 2) kur për shkak të mos-aktivitetit të bartësit të së drejtës, marka tregtare është shndërruar në emër të zakonshëm në qarkullim për mallrat, përkatësisht shërbimet për të cilat është regjistruar;
- 3) kur për shkak të mënyrës së përdorimit nga ana e bartësit të së drejtës ose me lejen e tij, mund ta sjellë publikun në mashtrim sa i përket llojit, kualitetit ose prejardhjes gjeografike të këtyre mallrave ose shërbimeve, dhe
- 4) kur marka tregtare kolektive shfrytëzohet në kundërshtim me aktin e përgjithshëm ose me marrëveshjen për markën tregtare kolektive.

3.6. SANKSIONET PËR SHKELJE DHE KEQPËRDORIM TË TË DREJTAVE NGA PRONËSIA INDUSTRIALE

Në Kodin Penal të Republikës së Maqedonisë së Veriut, në nenin 285 parashihet që:

1. Ai që kundër dispozitave të pronësisë industriale, me qëllim që të mashtrojë blerësit ose shfrytëzuesit e shërbimeve do të cenojë markën e huaj tregtare të mbrojtur, dizajnin industrial të huaj të mbrojtur, shenja të prejardhjes të produkteve si dhe shenja gjeografike të huaja të mbrojtura, do të dënohet me dënim me burg prej së paku tre vjetësh;
2. Me dënim të njëjtë do të dënohet edhe ai që me qëllim që të mashtrojë blerësit, në mënyrë ilegale do të prodhojë, lëshojë në qarkullim, eksportojë, importojë, do të ofrojë për shitje ose magazinojë prodhimet e depove që janë lëndë e mbrojtjes së të drejtave të lartshënuara;
3. Ai që me veprat e lartshënuara ka përfituar dobi të konsiderueshme pronësore ose ka shkaktuar dëm të konsiderueshëm pronësor, do të dënohet me burg prej një deri në pesë vjet dhe me dënim me para;
4. Nëse këto vepra kryhen nga një person juridik, do të dënohet me dënim me para.

Gjithashtu, në Ligjin për Pronësi Industriale të RMV-së, në nenin 321 parashihen dispozitat kundërvajtëse ku përshkruhet se:

Gjobë do t'i shqiptohet personit juridik ose fizik për kundërvajtje, nëse:

1. pa autorizim merret me përfaqësim të personave të huaj juridik dhe fizik;
2. shfrytëzon pa autorizim shpikje të paraqitur ose mbrojtur;
3. shfrytëzon ose imiton pa autorizim dizajn industrial të paraqitur ose të mbrojtur;
4. nëse shfrytëzon ose imiton pa autorizim markë tregtare të paraqitur ose të mbrojtur;
5. nëse shfrytëzon ose imiton pa autorizim markë tregtare të mirënjohur.

Dhe atë:

- ndërmarrjeve mikro, prej 50 deri 1.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- ndërmarrjeve të vogla, prej 100 deri 2.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- ndërmarrjeve të mesme, prej 250 deri 6.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- ndërmarrjeve të mëdha, prej 500 deri në 10.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- personit përgjegjës në personin juridik, prej 50 deri në 500 euro në kundërvlerë në denarë;
- personit fizik, prej 15 deri në 250 euro në kundërvlerë në denarë.

Si dhe në nenin 322 parashihet që gjobë do t'i shqiptohet personit juridik apo fizik për kundërvajtje, nëse:

1. shfrytëzon pa autorizim shenjë[®] për markë tregtare e cila nuk është e regjistruar;
2. shfrytëzon pa autorizim apo imiton shenjë gjeografike të mbrojtur;
3. me kërkesë të bartësit të së drejtës nuk i ka dorëzuar dokumentet dhe të dhënat në lidhje me cenimin.

Dhe atë:

- ndërmarrjeve mikro, prej 50 deri 1.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- ndërmarrjeve të vogla, prej 100 deri 2.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- ndërmarrjeve të mesme, prej 250 deri 6.000 euro në kundërvlerë në denarë;

- ndërmarrjeve të mëdha, prej 500 deri në 10.000 euro në kundërvlerë në denarë;
- personit përgjegjës në personin juridik, prej 50 deri në 500 euro në kundërvlerë denarë;
- personit fizik, prej 15 deri në 250 euro në kundërvlerë në denarë.

4. MBROJTA NDËRKOMBËTARE

Në nivel ndërkombëtar, ekzistojnë dy mundësi për mbrojtjen e markës tregtare, dhe atë:

1. Parashtruesi mund të parashtojë fletëparaqitjen për regjistrim ndërkombëtar të markës tregtare në zyrat përkatëse veçmas në çdo shtet në të cilin dëshiron të mbrojë markën tregtare, ose
2. Parashtruesi i fletëparaqitjes mund të përdor sistemin e WIPO's për mbrojtje dhe regjistrim të markës tregtare i cili realizohet në përputhje me Marrëveshjen e Madridit dhe Protokollin e Madridit.

Përderisa mënyra e parë ju mundëson që të parashtroni aplikim ndërkombëtar për mbrojtjen e markës tregtare veçmas në secilin shtet në të cilën keni interes që të mbron markën, e cila shpesh duhet të bëhet në gjuhën zyrtare të shtetit të caktuar duke ndjekur procedura dhe rregulla të ndryshme, mënyra e dytë e cila është më e lehtë dhe më gjithëpërfshirëse, ju mundëson që me një aplikim në Byronë Ndërkombëtare (përmes ESHPI të RMV-së) të mbron markën tregtare në të gjitha shtetet kontraktuese (gjithsej 106 shtete)⁷, i cili mund të parashtrohet në një nga gjuhët zyrtare (angleze, frenge ose spanjolle) dhe duke paguar tarifa të caktuara.

Sipas mënyrës së dytë, pra sistemit të WIPO's, pas pranimit të aplikimit për regjistrim ndërkombëtar, Enti ekzaminon nëse aplikimi është dorëzuar në përputhje me dispozitat e Rregullores. Aplikimin e rregullt Enti e dorëzon deri tek Byroja Ndërkombëtare e Organizatës Botërore për Pronësi Intelektuale në përputhje me dispozitat e Marrëveshjes së Madridit ose Protokollit të Madridit dhe Rregullores së Marrëveshjes dhe Protokollit të Madridit.

Gjithashtu, është me rëndësi të ceket që me Konventën e Parisit për mbrojtjen e pronësisë industriale, ku shtetet ndaj të cilave zbatohet kjo konventë përbëjnë Unionin për mbrojtje të pronësisë industriale (gjithsej 177 shtete anëtare)⁸, të njejtat gëzojnë të drejtën e prioritetit. Kjo e drejtë do të thotë që në qoftë se

⁷ https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?treaty_id=8

⁸ https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=2

aplikuesi dorëzon fletëparaqitje të rregullt për mbrojtje të markës tregtare në një nga shtetet kontraktuese të Unionit, i njëjti gëzon të drejtën që brenda periudhës kohore prej 6 muajsh të aplikojë për mbrojtjen e të njëjtës në cilindo prej shteteve të tjera kontraktuese. Aplikime pasuese në shtetet tjera të Unionit do të konsiderohen sikur të ishin paraqitur në të njëjtën ditë në të cilën është paraqitur kërkesa e parë. Me fjalë të tjera, ato do të kenë përparësi ndaj të gjitha aplikimeve të paraqitura nga persona tjerë gjatë periudhës kohore prej 6 muaj për të njëjtën markë tregtare.

Regjistrimi i një marke tregtare në Byronë Ndërkombëtare vlen dhjetë vjet, me mundësi vazhdimi duke plotësuar kushtet e parapara në Marrëveshjen e Madridit.

Ndjekja e statusit të aplikimit ndërkombëtar ose regjistrimit të markës tregtare sipas sistemit të Madridit, si dhe të gjitha informacionet mbi markat tregtare të regjistruara sipas këtij sistemi mund të bëhet përmes online databazës MADRID MONITOR⁹ dhe GLOBAL BRAND DATABASE¹⁰.

Ndërsa, monitorimin dhe kërkimin e markave tregtare të regjistruara në vendet anëtare të Bashkimit Evropian dhe më gjerë mund ta bëni përmes platformës TMview¹¹.

4.1. PSE DUHET NDËRMARRJA JUAJ TË MBROJË PI-NË E SAJ JASHTË VENDIT?

Herët a vonë shumë ndërmarrje të vogla dhe të mesme (NVM) veprojnë në më shumë se një treg, ku përveç tregut vendor ata shesin produktet ose shërbimet e tyre apo licencojnë të drejtat e tyre të pronësisë intelektuale përtej kufijve të shtetit amë. Sidoqoftë, të drejtat e PI janë territoriale, që nënkupton se ato zakonisht mbrohen vetëm në vendin amë ose rajonin ku është kërkuar dhe marrë mbrojtja.

Prandaj, mbrojtja e PI në tregjet ku kompania eksporton është thelbësore që ato të drejta të gëzojnë të njëjtat përfitime të mbrojtjes edhe jashtë vendit, në të njëjtën mënyrë si në tregun e brendshëm. Është mjaft e rëndësishme që aplikimi për mbrojtje të PI parashtrohet në kohë në të gjitha vendet në të cilat ka të ngjarë të eksportohen ose licencohen produktet ose shërbimet e ndërmarrjes në të ardhmen.

⁹ <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/>

¹⁰ <https://www3.wipo.int/branddb/en/>

¹¹ <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>

5. PËRFUNDIME DHE REKOMANDIME

Një sistem i përshtatshëm i markës tregtare është shumë i rëndësishëm për konsumatorët në vendet në zhvillim, sepse u lejon këtyre konsumatorëve të mbështeten në një standard të veçantë të cilësisë lidhur me markën tregtare dhe të identifikojnë origjinën e mallrave/markës tregtare, duke mos u bazuar në burime të ndryshme.

Poashtu, një sistem i përshtatshëm i markës tregtare është shumë i rëndësishëm për ndërmarrjet në vendet në zhvillim sepse i lejon ato të zbulojnë tregje vendase dhe të huaja për produktet e tyre. Pa një sistem të përshtatshëm të markave tregtare, është e vështirë të fillohet një biznes i ri ose të prezantohet një linjë e re produkti dhe të konkurrohet me ndërmarrje vendore dhe të huaja, veçanërisht në linjat e produkteve të konsumit.

Kjo broshurë definon dhe analizon funksionet moderne të markës tregtare në tregun komercial. Që një markë tregtare të arrijë status të fuqishëm dhe të mirënjohur, ndërmarrjet duhet të investojnë shuma të ndryshme për të promovuar brendet/markat e tyre tregtare. Kur bashkohen të gjitha proceset të orientuara kah marketingu, ato shoqërore dhe psikologjike, në një markë tregtare, po e njëjta bëhet e njohur për konsumatorët, fiton reputacionin e saj dhe njëkohësisht bëhet edhe “atraktive”.

Sipas Raportit të Komisionit Evropian për Republikën e Maqedonisë së Veriut për vitin 2019, edhe pse ka përmirësim të vendit sa i përket mbrojtjes së të drejtave nga Pronësia Intelektuale, sidoqoftë Komisioni rekomandon që gjatë viteve në vijim, RMV duhet të fokusohet në:

- Rritjen e numrit të hetimeve dhe shkeljeve që bëhen në pronësinë intelektuale, veçanërisht në fushën e pronësisë industriale, me fokus të veçantë në keqpërdorimin e markave tregtare;
- Të krijojë platformë informative për institucionet e zbatimit të ligjit përmes së cilës do të shkëmbejnë të dhëna mbi të drejtat e pronësinë intelektuale.

Në vendin tonë, një numër i konsiderueshëm i konsumatorëve dhe ndërmarrjeve nuk e kuptojnë rëndësinë e mbrojtjes së markës tregtare.

Njohja e markës tregtare nga konsumatorët, për pronarët e markës tregtare paraqet proces me të cilin ata tërheqin konsumatorët kah produktet e tyre për arsye të cilat shkojnë përtej funksionit të thjeshtë të identifikimit të origjinës. Sipas analizave dhe hulumtimeve të shumta, marka tregtare e regjistruar nga ana e ndonjë ndërmarrje, është një nga gjërat kryesore që do të shpijnë në krijimin e mjedisit të shëndoshë të të bërit biznes.



2020
