



REPUBLIKA E SHQIPERISE  
GJYKATA E RRETHIT GJYQESOR

TIRANË

NR. AKTI 7388

NR. VENDIMI 8108

VENDIM

“NE EMER TE REPUBLIKES”

*Gjykata e Rrethit Gjyqësor Tirane e përbërë nga :*

**Gjyqtar : ERVIN POLLOZHANI**

asistuar nga sekretare gjyqesore **Lusjana Fezollari**, sot më datë **04. 10. 2017**, mori në shqyrtim në seancë gjyqesore publike, çështjes civile me **Nr. 7388 Regj. Themeltar** që i përket :

**PADITese:**

**SHOQERIA \*\*\***, shoqeri e organizuar dhe qe ushtron veprimtarine e saj sipas legjislacionit italian, me seli ne: \*\*\*, e perfaqesuar ne gjykim me prokure te posaçme dt. \*\*\*nga av. \*\*\*.

**E PADITUR:**

**SHOQERIA \*\*\***, me seli ne \*\*\*, e perfaqesuar ne gjykim me autorizim perfaqesimi Nr. \*\*\* dt. \*\*\*nga av. \*\*\*dhe av. \*\*\*.

**PERSON I TRETË:**

**DREJTORIA E PERGJITHSHME E PRONESISE INDUSTRIALE**, me adrese Bulevardi “Zhan D’Ark”, Prona Nr. 33, shtepia e Ushtarakeve Tirane (ne mungese).

**OBJEKTI:**

Shfuqizimin e markes se regjistruar \*\*\*, prane personit te trete dhe Markave me dt. \*\*\*me Nr. \*\*\*.

**BAZA LIGJORE:**

Nenet 143, 144, 156, 159, 173 te ligjit Nr. 9947 dt. 07. 07. 2008 “Për Pronësinë Industriale”, i ndryshuar. Nenet 13, 14, 17/3 te ligjit Nr. 9902 dt. 17. 04. 2008 “Per mbrojtjen e konsumatorit”. Neni 638 i Kodit Civil. Nenet 32, 154, 154/a, 156 te K. Pr. Civile.

Gjykata, pasi administroi provat shkresore, degjoi pretendimet perfundimtare te perfaqesuesit te pales paditese, i cili kërkoi: *Pranimin e kerkese-padise sipas objektit te saj*, perfaqesuesit e pales se paditur qe kerkuan: *Rrezimin e kerkese-padise si te pa bazuar ne prova dhe ne ligj*, pasi e shqyrtoi çështjen ne teresi, ne mungese te personit te trete, në përfundim të shqyrtimit gjyqësor,

## VEREN :

Se, paditesi shoqeria “\*\*\*\*”, nepermjet perfaqesuesit te saj i është drejtuar kesaj gjykate, me kërkesë-padine me objektin e siperpermendur.

Ne seance gjyqesore nga pala paditese u kerkua ne veshtrim te nenit 192 te K. Pr. Civile, thirrja me cilesine e personit te trete te Drejtorise se Pergjithshme te Pronesise Industriale, kerkim ky qe u pranua si i tille nga gjykata pasi ky institucion nisur nga objekti dhe shkaku ligjor i padise terhiqte interesa ne kete gjykim.

Pas kalimit te ketij momenti procedural, fillimisht, gjykata shqyrtoi juridiksionin e kesaj çeshtjeje te paraqitur per gjykim dhe bazuar ne Nenet 36, 59 te K. Pr. Civile, konstatoi se çeshtja bën pjesë në juridiksionin gjyqësor civil.

Lidhur me kompetencën lëndore, në bazë të Nenin 41 të K. Pr. Civile : *”Në kompetencë të gjykatës së shkallës së parë janë të gjitha mosmarrëveshjet civile e mosmarrëveshjet e tjera të parashikuara në këtë Kod e në ligje të tjera”*. Meqënëse ndodhemi përpara një mosmarrëveshjeje me karakter tregtar që rrjedh nga marrëdhënia juridiko – tregtare e pronesine mbi markat, gjykata referuar dhe Neneve 334-335 te K. Pr. Civile çmon se është kompetente nga pikëpamja lëndore për shqyrtimin e kësaj çështjeje.

Lidhur me kompetencen tokesore ne bazë të Nenit 43 të K. Pr. Civile, *“Kur i padituri eshte person juridik paditë ngrihen në gjykatën e vendit ku i padituri ka qendren e tij...”*. Nga ana tjetër neni 348 i K. Pr. Civile percakton se : *«Mosmarrëveshjet që rrjedhin nga patentat, markat tregtare dhe të shërbimit, dizenjot tregtare, modelet dhe çdo e drejtë tjetër që rrjedh nga pronësia industriale, gjykohen nga seksioni i mosmarrëveshjeve tregtare në Gjykatën e Rrethit të Tiranës, sipas rregullave të parashikuara në këtë Kod”*.

Sa me siper, kompetente do te jete Gjykata e Rrethit Gjyqesor Tirane per shqyrtimin e kesaj çeshtjeje objekt konflikti.

Pala paditese, bazuar ne Nenin 32/a te K. Pr. Civile parimisht legjitimohet t’i drejtohet gjykates me kete kerkese-padi ne baze te se ciles do te perfitoje te drejta personale - pasurore.

Gjithashtu gjykata, në vështrim të Neneve 71, 72 dhe 73 të K. Pr. Civile, çmoi se nuk ekzistojnë për të, shkaqe papajtueshmërie, ose përjashtimi nga ky gjykim, fakt ky i pa kundërshtuar dhe nga palet prezent në gjykim.

Në bazë të nenit 35 të K. Pr. Civile gjykimi u zhvillua nga një gjyqtar.

*Nga shqyrtimi gjyqësor rezultoi e provuar se :*

Paditesi, shoqeria “\*\*\*\*” eshte nje shoqeri tregtare e se drejtes italiane, e cila si objekt te veprimtarise se saj tregtare nder te tjera ka edhe *prodhimin e materialeve te ndertimit*.

Nga ana tjetër shoqeria “\*\*\*\*” sh.p.k. eshte subjekt i se drejtes tregtare shqiptare dhe ka fituar personalitetin juridik me regjistrimin e saj ne dt. \*\*\* dhe si objekt te veprimtarise se saj nder te tjera ka dhe: *“prodhim dhe tregim te koll, stuko, prodhime te tjera me baze çimento”*.

Rezulton se pala paditese ka ne pronesi te saj markat tregtare te regjistruara me fjalen \*\*\* dhe konkretisht:

Marka me Nr. \*\*\* \*\*\* \*\*\* (fjale), regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A,

per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire “Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze materiali lidhes hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshiresintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral“, regjistruar deri me \*\*\*;

Marka me Nr. \*\*\*, fjale dhe figure, regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A, per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire “Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze materiali lidhes hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshire sintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral“, regjistruar deri me \*\*\*.

Marka me Nr. \*\*\*, fjale dhe figure, regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A, per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire “Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze materiali lidhes hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshire sintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral“, regjistruar deri me \*\*\*.

Marka me Nr. \*\*\* \*\*\*, fjale dhe figure, regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A, per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire “*Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze lidhese hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshire sintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral, ne klasen 02 „llak, llak per parket druri“ dhe ne klasen 19 “Materiale ndertimi (jo-metalike), ne vecanti material lidhes dhe llac te gatshem per te bere nje shtrat perpara shtrimit te dyshemese; llac i paraperzier per restaurimin e betonit dhe murit*“, regjistruar deri me \*\*\*.

Marka me Nr. \*\*\*, \*\*\* \*\*\*, (fjale), regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A, per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire “*Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze materiali lidhes hidraulike, rreshire sintetike e paperpunuar, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik*“, ne klasen 02 llak, llak per parket druri” dhe ne klasen 19 “Materiale ndertimi (jo-metalike), ne vecanti material lidhes dhe llac te gatshem per te bere nje shtrat perpara shtrimit te

*dyshemese; llac i paraperzier per restaurimin e betonit dhe murit”.*

Marka Nr. \*\*\*, \*\*\* \*\*\* (fjale), regjistruar nderkombetarisht ne emer te \*\*\* S.p.A, per mallrat ne klasen 01 te klasifikimit nderkombetar te Nices te mallrave dhe sherbimeve, duke perfshire *“Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze lidhese hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshire sintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral, ne klasen 02 llak, llak per parket druri”* dhe ne klasen 19 *“Materiale ndertimi (jo-metalike), ne vecanti material lidhes dhe llac te gatshem per te bere nje shtrat perpara shtrimit te dyshemese; llac i paraperzier per restaurimin e betonit dhe murit”*

Regjistrimi i ketyre markave provohet me provat e administrarua ne gjykim perkatesisht: - Ekstrakti i regjistrimit të markës Nr. \*\*\*; - Ekstrakti i regjistrimit të markës Nr. \*\*\*; - Ekstrakti i regjistrimit të markës Nr. \*\*\*; - Ekstrakti i regjistrimit të markës Nr. \*\*\*; - Ekstrakti i regjistrimit të markës Nr. \*\*\*.

Paditësi është vënë në dijeni se shoqëria “\*\*\*\*” sh.p.k. ka regjistruar marken \*\*\* te aplikuar me date 10/03/2015, me Nr. aplikimi \*\*\*, regjistruar me date 05/02/2016, me Nr. regj. \*\*\*, e cila sipas pretendimeve te tij eshte shumë e ngjashme me markat e sipërcituara të paditësit.

\*\*\*

#### Marka e te paditurit

Markat e meparshme te paditesit jane regjistruar per mallrat vijuese duke perfshire ne klasen 1 *“Adhesive dhe cemento per shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik, ne vecanti adhesive dhe cemento ne nje pluhur te paraperzier me nje baze lidhese hidraulike, mbushes mineralesh dhe rreshire sintetike, te perdorura me shtrimin e dyshemese dhe mbulimin e pllakave prej guri natyral dhe qeramik; materiale per mbushjen e hapësirave ndermjet blloqeve dhe pllakave per dyshemetisje dhe mbulimin e materialit qerakim dhe/ose gureve natyral, ne klasen 02 “llak, llak per parket druri” dhe ne klasen 19 “Materiale ndertimi (jo-metalike), ne vecanti material lidhes dhe llac te gatshem per te bere nje shtrat perpara shtrimit te dyshemese; llac i paraperzier per restaurimin e betonit dhe murit”.*

Marka e kontestuar e te paditurit mbulon mallrat vijuese ne klasen 19 si *“Materiale ndertimi, llaç i thatë, kollë, stuko, çimento etj.”*

Mallrat ne klasen 19 te Klasifikimit Nderkombetare te Nices, qe mbulohen nga marka e kontestuar jane *identike me mallrat e mbrojtura nga markat e meparshme te paditesit*. Per shkak te procesit te punes se ndertimit, mallrat e mbuluara nga marka e kontestuar duhet te shoqerohen ose perzihen me mallrat ne klasen 01 te markave, qe do te thote se çdo konsumator qe do te ballafaqoje keto marka do t'i perceptoje keto marka si te bashklidhura, me prejardhje nga e njejta origjine. Si rezultat, ekziston nje rrezik i madhe i mundesise se

konfuzionit, duke përfshirë konfuzionin e bashkeshoqerimit si dhe duke e çorientuar konsumatorin në lidhje me origjinën e mallrave.

Shenjat e mbrojtura nga Markat e regjistruara (të mëparshme) përbëhen nga fjalët \*\*\* dhe në disa regjistrime lidhet me elemente figurative të cilat konsistojnë në përfaqësimin e shkronjës “K” të fjalëve KOLL në shkronja apo ngjyra të ndryshme (IR \*\*\*, IR \*\*\* dhe IR 903645). Prezantimi në formë të ndryshme i shkronjës “K” i jep këtij elementi një karakter dominues mbi markën tregtare në tërësi e cila gjithashtu e bën atë më të dallueshme në sytë e publikut përkatës.

Shenja e mbrojtur nga Marka Tregtare e kontestuar përbëhet nga fjala \*\*\*, e cila përfaqëson gjithashtu shkronjën “K” të fjalës KOLL, e formuar nga një vijë vertikale këndore jeshile e cila bashkohet me një vijë të dytë jeshile e cila rrotullohet në mënyrë të terthortë 180 grade përreth vijës vertikale duke formuar/krijuar kështu shkronjën “K”.

Shenjat në fjalë janë shumë të ngjashëm përse i përket pamjes së tyre të përgjithshme vizuale. Përkatësisht, shenjat e mbrojtura nga Markat e regjistruara (të mëparshme) përbëhen nga fjalët \*\*\* ndërsa shenja e mbrojtur nga Marka Tregtare e Kundërshtuar përbëhet nga fjalët \*\*\*. Duke pasur parasysh faktin se fjalët KOLL, të përdorura në markën ekzistuese (të mëparshme) tregtare janë identike me 2/3 (dy të tretën) e fjalëve që përbëjnë Marken e Kundërshtuar, sipas paditesit është e qartë se elementi më dallues verbal i simboleve të krahasuara është fjala KOLL e cila është përdorur në të dy shenjat. Gjithashtu, markat janë gjithashtu shumë të ngjashme duke marrë parasysh faktin se prezantimi i shkronjës “K” tek markat tregtare shfaqet në element figurativ dhe me të njëjtën ngjyre.

Markat tregtare të krahasuara janë pjesë e të njëjtit seksion të ndarjes së mallrave që do të thotë se ato vendosen pranë njëra-tjetres dhe për shkak të ngjashmërisë së lart, do të krijojnë një konfuzion të mundshëm për publikun përkatës duke përfshirë lidhjen e mundshme të markës së kundërshtuar tregtare me markat e mëparshme të mbrojtura.

\*\*\*

\*\*\*

\*\*\*

\*\*\*

### **Marka e te paditurit**

### **Markat e paditesit**

Markat e krahasuara përmbajnë fjalën e ngjashme \*\*\* dhe \*\*\*, ndërsa KOLL dhe shkronja “K” të shfaqura në elemente figurative janë elementi më i dallueshëm verbal që i bën ata shumë të ngjashëm në të degjuar. Fjala “DE” e cila kombinohet me fjalën KOLL në markën e Kundërshtuar është e pamundur të krijojë një dallim të konsiderueshëm me markat e mëparshme dhe nuk zvogëlon dominimin e fjalës KOLL, duke qenë se është pjesë e fjalëve të cilat dallojnë markat ekzistuese të mëparshme. Duke pasur parasysh përse më sipër, është e qartë se ekziston një shkallë e lartë e ngjashmërisë fonetike ndërmjet markave në fjalë.

Qëllimi i mbrojtjes së markës dhe ekskluziviteti i përdorimit nga pronari i saj është përcaktuar në nenin 156 të Ligjit 9947. Përkatësisht në pikën 1 të nenit 156 të Ligjit 9947,

parashikohet e drejta ekskluzive e pronarit të markës së regjistruar për të përdorur markën në përputhje me të drejtat e parashikuara në këtë ligj. Në bazë të pikës 2 të nenit 156 të Ligjit 9947, pronari i markës së regjistruar ka të drejtën të ndalojë personat e tretë që nuk kanë autorizimin e tij të përdorin:

*- gjatë ushtrimit të veprimtarisë së tyre një shenjë që është e njëjtë me markën, për mallra dhe shërbime, që janë të njëjta me ato, për të cilat është regjistruar marka;*

*- gjatë ushtrimit të veprimtarisë së tyre përdorin një shenjë që është e njëjtë ose e ngjashme me markën apo që, për shkak të njëllojshmërisë apo ngjashmërisë së mallrave ose shërbimeve, për të cilat përdoret shenja, me mallrat apo shërbimet, që mbulohen nga marka e regjistruar, mund të shkaktojnë konfuzion tek publiku, ku përfshihet edhe mundësia e bashkëlidhjes së shenjës me markën e mëparshme.*

Më tej, pika 3 e nenit 156 të Ligjit 9947 parashikon të drejtën e pronarit të markës që të ndalojë personat e tretë edhe në rastet e mëposhtme:

*- vendosja e shenjës te mallrat ose ambalazhet e tyre;*

*- hedhja e mallrave në treg, ofrimi i tyre për shitje, duke përdorur këtë shenjë, ose krijimi dhe mbajtja e rezervave për këto qëllime;*

*- ofrimi i shërbimeve duke përdorur këtë shenjë;*

*- importime ose eksportimi i mallrave, duke përdorur këtë shenjë;*

*- përdorimi i shenjës në veprimtari tregtare, në reklamime ose publicitete.*

Sa më lart, në përputhje me sa parashikon pika 1, 2 dhe 3 e nenit 156 të Ligjit 9947, rezulton se i padituri me anë të veprimeve të tij ka shkelur dhe cënuar të drejtat e markave të Paditësit.

Sipas paditesit, veprimet e të paditurit duke përdorur marke të ngjashme, me marka të regjistruara më parë, si dhe për mallra identike të mbrojtura nga marka e regjistruara përbën një praktikë të padrejtë tregtare sipas nenit 13 të Ligjit nr. 9902, datë 17/04/2008 “Për mbrojtjen e konsumatorëve”. Konkretisht, praktika e të paditurit dobësojnë ndjeshëm aftësinë e konsumatorit për marrjen e një vendimi, si pasojë e informacionit të dhënë, duke shkaktuar kështu marrjen e vendimit, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë. Më tej, praktika e të paditurit konsiderohet e padrejtë edhe për faktin se janë çorientuese për konsumatorin.

Referuar nenit 14 të Ligjit 9902, praktika e të paditurit duke reklamuar, promovuar dhe shitur produktet e tij të lartpërmendura të ngjashme me markat e regjistruara të Paditësit, çorientojnë konsumatorin në lidhje me origjinën dhe cilësinë e produkteve në treg. Produktet e të paditurit janë identike me produktet e Paditësit (duke përfshirë edhe ngjashmerin e markave) dhe kjo i shkakton konsumatorit një përshtypje të gabuar të cilësisë më të mirë dhe origjinës të ndryshme të produkteve të të Paditurit, pasi ato kanë qëllim të njihen si produkte të cilësisë së lartë të Paditësit. I Padituri shfrytëzon në mënyrë të padrejtë reputacionin e mirë-krijuar të markave të regjistruara të Paditësit dhe emrin tregtar dhe paraqet produktet e tij si produkte që mbajnë dhe mbrohen nga markat e Paditësit. Fakti se produktet në fjalë mbajnë shenja që janë të ngjashme me markat e regjistruara të Paditësit, tregon shfrytëzimin e padrejtë dhe të paligjshëm të arritjeve të Paditësit në treg, dhe është në kundërshtim me praktikën e drejta tregtare. Kjo situatë mund të shkaktojë humbje materiale dhe financiare tek konsumatori dhe Paditësi.

I padituri është përpjekur për të përfituar një pozicion të favorshëm të tregut në një mënyrë që bie në kundërshtim me praktikën e drejta tregtare. Duke u sjellë kështu, i Padituri shkakton humbje edhe financiare edhe për ndërmarrjet konkurruese gjithashtu.

Humbje materiale janë shkaktuar gjithashtu edhe tek konsumatori i cili blen produktet e të Paditurit, i bindur se është duke blerë produktin e drejtë në lidhje me cilësinë dhe origjinën. Kjo edhe për faktin se i Padituri promovon një produkt të ngjashëm të prodhuar dhe furnizuar nga një tregtar i veçantë në një mënyrë që qëllimisht të çorientojë konsumatorin, që ai të besojë se produkti prodhohet ose furnizohet nga i njëjti tregtar, në rasti tonë Paditësi, kur një gjë e tillë nuk është e vërtetë (neni 17 i Ligjit 9902). I Padituri është duke përdorur konceptin e produktit të Paditësit dhe e ndryshon në një mënyrë që të jetë i përngjashëm me produktet e Paditësit. Për pasojë, produktet e të Paditurit ka shumë të ngjarë të shkaktojnë konfuzion të treg rreth origjinës së produktit dhe me shumë mundësi të kenë shkaktuar humbje materiale për konsumatorët, si dhe shkakton humbje financiare tek Paditësit.

Përveç sa më lart, përdorimi i produkteve cënuese nga ana e të Paditurit që përmbajnë marka të ngjashme, me ato të markave të regjistruara nga Paditësi, shkaktojnë konkurrencë të pandershme në kuptim të parashikimeve të nenit 638 të K.Civil.

Persa i perket prapësimeve të të paditurit të dhëna në gjykim, ato si të tilla janë të paargumentuara për shkak se; në krahasimin konceptual të markave të padituri deklaron se marka "\*\*\*\*" është e përbërë nga dy rrokje (\*\*\*) dhe në teresinë e saj nuk përmban ndonjë punë shpikëse, kreative, ...por është thjesht përdorimi i një termi me karakteristika përshkruese të produkteve që përfaqësohen.

Marka \*\*\* përmban element përshkrues, ose me saktë fjalet që përbejnë pjesën më të madhe të markës dhe që dallojnë me tëper janë përshkruese në lidhje me llojin e mallrave dhe karakteristikat e tyre. Referuar këtij fakti, del në dritë se marka përben shkak për refuzim absolut të saj, bazuar në nenin 142/1, b të Ligjit 9947.

Në këtë aspekt duhet përmendur se përdorimi i termave përshkrues të cilat përbejnë pjesën thelbësore të markave, cenojnë hapur konkurrencën e ndershme ndërmjet sipërmarrjeve pasi konsumatori mesatar është i prirur të terhiqet lehtësisht drejt një marke që përçjelle drejtperdrejt në mendjen e konsumatorit llojin e produktit që përfaqëson marka.

I padituri mohon karakterin dallues dhe përdorimin e mëparshëm të markave \*\*\* duke u mbështetur në diskutime pa fakte se marka \*\*\* nuk është e famshme në tregun vendas, dhe nuk përben një dizajn unik, referuar shkaqeve konceptuale, vizuale dhe fonetike siç përshkruhen nga paditësi. Ky pretendim është i pabazuar në prova pasi markat \*\*\* kanë me tëper se 10 ose 11 vjet të regjistruara dhe që përdoren në Shqipëri dhe vetëm dy prej tyre kanë rreth 4 vjet që janë të regjistruara dhe janë në përdorim gjithashtu në Shqipëri. Po kështu dhe fotot e marra nga ndeshja e zhvilluar në Barcelonë për Super Kupën e Spanjës ndërmjet dy ekipeve të mirënjohura, Barcelona dhe Real Madrid, ku në reklamat/stendat e stadiumit shfaqet marka \*\*\*, e vërtetojnë këtë fakt dhe hedh poshtë supozimet e palës paditëse se marka \*\*\* nuk është një marke e njohur apo që nuk është e dallueshme në tregun Shqiptar si dhe në atë ndërkombëtar.

I padituri pretendon se mallrat e mbrojtura nga markat \*\*\* dhe \*\*\* i përkasin një kategorie specifike të publikut, duke i vëcur nga kategoria e përgjithshme. Ky arsyetim nuk

gjen mbeshtetje ne asnje prove dhe nga ana tjetër nuk mund te ndash publikun e gjere ne kategori kur i referohemi produktit te kolles qe eshte nje element thellesor, i njohur nga te gjithë, per ngjitjen e pllakave. Kuptimi i permendur nga i padituri ne fjalorin e Gjuhes Shqipe nuk ka lidhje me kollen si material ndertimi qe ne gjuhen e sotme perben nje term te pergjithshem qe identifikon ngjitesin e pllakave. Per kete arsye, nuk mund te pretendosh se kolla/kola si material ndertimi njihet vetem nga nje kategori e caktuar e publikut. Nga ana tjetër, konsumatori mesatar, nuk e ka aspak te veshtire qe te identifikojë kete produkt tek marka e te paditurit pasi ajo perben pjesen kryesore dhe me dalluese te kesaj marke (karakteri pershkruar).

Krahasimi fonetik dhe vizual i permendur nga i padituri ne prapesimet e tij eshte kryer jo ne baze te krahasimit ne teresi te markave por ka vecuar element te vecante te markave duke arritur ne konkluzion se ato jane te dallueshme nga njera tjera. Ky perfundim eshte i gabuar pasi duke i vleresuar ne teresi marka \*\*\* perdor element qe ndikojne ne konfuzionin dhe bashkeshoqerimin ndermjet markave. I padituri pretendon se markat \*\*\* shfaqen ne shkronja standarte por harron se etiketa dhe logo qe perdor kjo marke ne ambalazhimin e produkteve te saj perdoret ne nje forme, qe ndryshon vetem ato element te markes, qe nuk cenojne karakterin dallues te saj ne formen qe eshte regjistruar (neni 159/4, 'c' i Ligjit 9947). Keshtu, marka \*\*\* shfaqet ne shumicen e paketimeve me pamjen \*\*\* (me shkronja standarte te zeza, me shkronjen 'K' tek KOLL te stilizuar me ngjyre jeshile). Nderkohe, marka \*\*\* shfaqet ne ambalazhimet e produkteve te saj brenda nje sfondi te bardhe\*\*\*, ku dallohen qarte shkronja standarte dhe shkronja 'K' e stilizuar me ngjyre jeshile. Ne kete menyre, te dyja markat fokusohen ne pjesen e fjales KOLL duke theksuar me element stilizues shkronjen 'K' te tyre. Kjo vecori ne te dyja marka si dhe vendosja e tyre prane njera-tjetres krijon konfuzion tek konsumatori mesatar mbi origjinen e ketyre markave. Gjithashtu, fjalet promocionale qe permban marka \*\*\* konfuzon me tej konsumatorit persa i perket prejardhjes se markes dhe bashkeshoqerimit te saj me marken e meparshme qe ka origjine Italiane. Duke qene se fjalet promocionale qe permban marka \*\*\* jane ne gjuhen Italiane, konsumatori do te perceptonte se edhe keto mallra vijne nga origjina e markave \*\*\* duke i bashkeshoqeruar me njera tjetren. Gjithashtu, duke iu referuar prapesimeve te paditurit nepermjet te cilave e vlereson si mjaft konkurrese produktet \*\*\* per shkak edhe te cmimit, kjo do te perceptohej nga konsumatori si marke e prejardhur nga i njejti pronar por me nje cmim me te ulet per nje nivel te caktuar te publikut.

Sa me siper ne konkluzionet perfundimtare pala paditese shprehu se provohet plotesisht se: a) Është vërtetuar se i Padituri \*\*\* SHPK, ka shkelur të drejtat e markave nderkombetare me nr. regj. \*\*\*, me nr. regj. \*\*\*, me nr. regj. \*\*\*, me nr. regj. \*\*\*, me nr. regj. \*\*\* dhe me nr. regj. \*\*\* të cilat janë regjistruar në emër të Paditësit \*\*\* S.P.A, duke regjistruar marke shume te ngjashme me markat e sipercituara te mbrojtura me mallra identike duke shkaktuar konfuzion te konsumatori.

b) Është vërtetuar se i Padituri \*\*\* SHPK, ka kryer një veprim të konkurrencës së pandershme duke prodhuar, importuar, vendosur në qarkullim, ofruar dhe shitur, pa miratimin e Paditësit, materiale ndertimi nen marken \*\*\* qe eshte shumë e ngjashme, me markat e sipercituara të paditësit, të mbrojtura për mallra identike.

c) Per kete arsye, pala paditese kerkon shfuqizimin e markes \*\*\*, regjistruar me date 05/02/2016, me nr. regj. \*\*\*, pasi eshte e regjistruar ne kundershtrim me nenet 142 dhe 143 te



Ligjit nr. 9947, date 07/07/2008 “Per Pronesine Industriale” (te ndryshuar).

Nga ana e tyre perfaqesuesit e pales se paditur prapsuan se:

Rezulton e provuar se shoqëria “\*\*\*\*” sh.p.k. është një shoqëri shqiptare e themeluar më datë 26.06.2013 dhe e regjistruar pranë Regjistrimit Tregtar të mbajtur nga Qendra Kombëtare e Biznesit në të njëjtën datë, me NUIS \*\*\*, me seli në adresën: \*\*\*. Sipas objektit të saj tregtar dhe në përputhje me legjislacionin shqiptar në fuqi, Pala e Paditur realizon prodhimin e materialeve të ndryshme të ndërtimit si p.sh. : llaç i thatë, koll, stuko, prodhime të tjera me bazë çimento, grafiato të lëngshme, bojëra, etj. dhe realizon gjithashtu veprime të tjera në fushën e ndërtimit, si p.sh. ndërtime objektesh, shit-blerje pasurish të paluajtshme, etj. Ndërkohë, rezulton se Pala Paditëse është një shoqëri italiane e cila ushtron aktivitetin në prodhimin e lëndëve të ndërtimit, por që nuk ka një filial, degë, ose zyrë përfaqësimi në Republikën e Shqipërisë.

Me qëllim mbrojtjen e aktivitetit të saj tregtar, pala e paditur i është drejtuar Drejtorisë së Përgjithshme të Pronësisë Industriale për regjistrimin e markës tregtare në Regjistrimin e Markave dhe të Patentave, markë e cila mbron produktet e prodhuara ekskluzivisht nga Pala e Paditur, të klasifikuara në klasën 19 të klasifikimit ndërkombëtar të Nicës, specifikisht materiale ndërtimi, llaç i thatë, kollë, stuko, çimento, etj. Kërkesa për regjistrimin e markës “\*\*\*\*” është miratuar rregullisht më datë 5 Shkurt 2016 përmes shkresës Nr. \*\*\*Prot., më Certifikatën Nr. \*\*\* dhe marka e përdorur nga shoqëria jonë është si më poshtë vijon:

\*\*\*

Kjo markë tregtare është regjistruar rregullisht në përputhje me legjislacionin shqiptar në fuqi dhe në asnjë moment, DPPI, ose palë të treta nuk kanë ngritur pretendime për shkelje të kryera nga pala e paditur, pavarësisht ekzistencës së afatit të përshtatshëm dhe mjaftueshëm që kishin në dispozicion.

Ndërkohë, rezulton se Pala e Paditur ka regjistruar një numër të konsiderueshëm markash tregtare, një pjesë e të cilave, në regjistrimin ndërkombëtar të tyre pranë Organizatës Ndërkombëtare të Pronësisë Industriale janë shtrirë dhe në Republikën e Shqipërisë.

Ndërkohë, në asnjë moment gjatë gjykimit Pala Paditëse nuk provoi se markat e mësipërme tregtare ne emer te paditesit, janë përdorur dhe në territorin e Republikës së Shqipërisë dhe se niveli i tyre i shitjeve është ndikuar në ndonjë masë nga tregtimi i produkteve tona.

Asnjë nga argumentet e parashtruara nga paditësi, siç janë ato lidhur me: - Elementin përshkrues në markën \*\*\* është elementi me “peshë dalluese” dhe është i ngjashëm me markën \*\*\*; - \*\*\* është regjistruar duke mbuluar dhe Shqipërinë prej disa vjetësh dhe automatikisht është dhe e famshme në tregun shqiptar; - Konsumatori mesatar ka njohuri të detajuara mbi materialet specifike të ndërtimit; dhe në pamje të përgjithshme markat janë të ngjashme dhe shprehja “\*\*\*\*” e ndodhur në markën \*\*\* e rrit dhe më tej ngjashmërinë meqenëse shoqëria marka \*\*\* është regjistruar nga një shoqëri me bazë në Republikën e Italisë.

Asnjë pra, nga argumentet e mësipërm nuk ofron mbështetje të qenësishme pretendimeve të paditësit dhe kjo jo vetëm sepse ai nuk bën një analizë të mirëfilltë të

elementeve të cilat sipas praktikës shqiptare, apo edhe sipas praktikës së konsoliduar dhe të specializuar të Gjykatës Evropiane të Drejtësisë duhet të analizohen për të vendosur nëse kemi të bëjmë me një rast ngjashmërie në kuptim të parashikimeve të Neneve 143, 144, 173 e në vijim të Ligjit Nr. 9947, datë 07.07.2009 “Për Pronësinë Industriale”, i ndryshuar, por për më tepër, asnjë nga këto argumente nuk mbështeten në prova dhe në fakte të cilat katërcipërisht të mbështesin këto argumente dhe pretendime.

Për vlerësimin e ngjashmërisë ndërmjet markave të ndryshme, referencë për lehtësi sqarimi dhe interpretimi të themelit të çështjes mund t’i bëhet jurisprudencës së konsoliduar të Gjykatës Evropiane të Drejtësisë (GJED), e cila jo vetëm ka krijuar një praktikë të mirëfilltë, të specializuar e të konsoliduar në raste analoge, por duke iu referuar faktit se Republika e Shqipërisë ka ratifikuar një mori aktesh ndërkombëtare që merren në shqyrtim nga kjo Gjykatë në dhënien e vendimeve të saj dhe faktit se Republika e Shqipërisë është në një proces integrimi dhe stabilizimi në Bashkimin Evropian dhe përafrimi të legjislacionit dhe praktikës sonë me atë evropiane mund të konsiderohet si e kërkueshme për t’u zbatuar në këto raste. Kjo pasi legjislacioni dhe rregullat e zbatueshme në këtë rast janë shpesh të njëjta (në rastin e akteve ndërkombëtare të ratifikuara nga Republika e Shqipërisë) dhe të ngjashme në raste të tjera (rasti i akteve të shteteve anëtare të BE) dhe për këtë shkak jurisprudenca e GJED lehtëson në interpretimin dhe dhënien dritë e frymë përmbajtjes së rregullave të legjislacionit shqiptar në fuqi.

Në këtë kuptim, sipas praktikës së konsoliduar të Gjykatës Evropiane të Drejtësisë në raste të ngjashme konsiderohet se ekziston mundësia e shkaktimit të konfuzionit tek publiku, përfshirë mundësinë e bashkëlidhjes me markën e mëparshme, kur referuar aspekteve të ndryshme të markave, konsumatori i zakonshëm i produktit mund të konfuzohet lidhur me mallrat, ose shërbimet e ofruara dhe t’i krijohet bindja e pasaktë se mallrat janë produkte të të njëjtit subjekt dhe gjithashtu kanë cilësi, apo çmim të njëjtë, pasi markat japin një përshtypje tërësore të njëjtë.

Për analizimin e këtij koncepti, jurisprudenca e konsoliduar e GJED mbi rastet ku objekt kryesor shqyrtimi është ngjashmëria ndërmjet markave të ndryshme, ka vendosur se aspektet dhe elementët kryesorë që duhen trajtuar në vlerësimin e kësaj ngjashmërie janë si më poshtë vijon:

Në vlerësimin e ngjashmërisë ndërmjet markave të ndryshme, *mundësia e ngjashmërisë duhet të jetë e vlerësuar si e tillë botërisht (globalisht)*, duke pasur parasysh të gjithë elementët e rëndësishëm që përbëjnë atë;

Çështja duhet të vlerësohet në kuadër të pikëpamjeve dhe botëkuptimit të *konsumatorit të zakonshëm* të produktit, i cili konsiderohet se është në mënyrë të arsyeshme dhe mjaftueshëm i informuar, i kujdesshëm dhe i vëmendshëm mbi produktet që blen dhe kjo vëmendje varion në bazë të produktit që blihet dhe/ose shërbimit që ofrohet. Konsumatori i zakonshëm e percepton markën si një tërësi dhe nuk analizon aspekte të ndryshme të saj;

Konsumatori mesatar e percepton një markë *në tërësinë e saj* dhe nuk vepron duke analizuar detajet e ndryshme të saj;

Aspektet konceptuale, vizuale dhe fonetike të markës duhet të analizohen duke iu referuar përshtypjes së përgjithshme që krijohet nga markat. Rëndësi në këtë vlerësim kanë dhe *elementët dominantë të markës*, por kjo vetëm kur të gjitha elementët e tjerë të markave

janë të parëndësishme lejohet krahasimi i tyre;

Kemi rrezik më tepër për ngatërrim nga konsumatorët atëherë kur një markë e mëparshme që ka një karakter tepër dallues, qoftë në vetvete, ose si rrjedhojë e përdorimit të saj,

Lidhja e thjeshtë (asocioni) që konsumatori mund të bëjë ndërmjet dy markave, nuk përbën ngjashmëri në kuptim të ligjit. Reputacioni i një marke nuk nënkupton ngjashmëri me markën e mëpasshme vetëm për shkak të lidhjes (asocionit) që konsumatorët mund të bëjnë ndërmjet tyre.

Duke iu referuar informacionit të parashtruar më lart, *prima facie* është e qartë se ndërmjet markës tregtare të paditurit dhe tre markave të para të listuara këtu më lart të pretenduara nga pala Paditëse si të ngjashme me markën e te paditurit, nuk ekziston asnjë ngjashmëri e çfarëdo lloji, pasi ato marka janë vetëm me fjalë të shkruara në font të thjeshtë, ndërsa marka e kontestuar përmban fjalë dhe vizatime. Si rrjedhojë, krahasimi ndërmjet markave për efekt të shkallës së ngjashmërisë ndërmjet tyre vlen të bëhet i detajuar vetëm ndërmjet Markave Tregtare Nr. \*\*\*, \*\*\*, dhe \*\*\* të Palës Paditëse që përmbajnë fjalë dhe vizatime dhe markës objekt gjykimi Gjithashtu, duhet thënë se vetëm marka me Nr. \*\*\* përfshin vetëm materiale të klasifikimit 19 ndërkombëtar të Nicës (ku përfshihen mallrat e markës \*\*\*), por emërtimi është plotësisht i ndryshëm nga i markes së kontestuar, ndërsa markat e tjera përfshijnë dhe materiale të klasifikimeve të tjera.

Për sa i përket produkteve të mbrojtura nga markat, rezulton e provuar se marka e regjistruar “\*\*\*\*” mbulon dhe mbron mallra të kategorizuar në klasën 19 të klasifikimit të Nicës dhe vetëm Markat \*\*\* me Nr. \*\*\*, Nr. \*\*\* dhe Nr. \*\*\* mbulojnë mallra të kësaj klase, por ndërkohë mbulojnë dhe mallra të klasave 01 dhe 02 të klasifikimit ndërkombëtar të Nicës, ndërsa markat \*\*\* me Nr. \*\*, Nr. \*\*\* dhe Nr. \*\*\* nuk mbulojnë këtë klasë mallrash, por vetëm klasën 01. Pra, ndaj këtyre markave nuk mund të zbatohet dhe nuk plotësohet në asnjë rast kushti i germës b), Pika 2 e Nenit 143 të Ligjit për Pronësinë Industriale, pasi markat nuk mbrohen për mallra identikë, ose të ngjashëm.

Pra, vetëm marka e Palës Paditëse me Nr. \*\*\* përmban dhe fjalë dhe vizatime, sikurse u sqarua më lart dhe mbulon dhe grupin 19 të mallrave, ndërsa markat e tjera ose mbulojnë klasën 19 të klasifikimit, por përmbajnë vetëm shkronja të thjeshta (markat me Nr. \*\*\* dhe \*\*\*), ose nuk e mbulojnë fare këtë kategori (markat me numra \*\*\*, \*\*\* dhe \*\*\*). Gjithashtu, marka me Nr. \*\*\* e cila përmban dhe fjalë dhe vizatime dhe që mbron produkte të klasës 19 të klasifikimit të Nicës e ka qartazi shkronjën “K” me ngjyrë të kuqe, ndërsa marka Nr. \*\*\* e cila e ka shkronjën “K” me ngjyrë të gjelbër, nuk i mbulon dhe mbron produkte të klasës 19 të klasifikimit ndërkombëtar të Nicës.

Për më tepër, ngjashmëria e mallrave në këtë rast, nuk vlerësohet vetëm nga emërtimi dhe klasifikimi i tyre, i cili bëhet më tepër për shkaqe administrative, por nga karakteristikat e tyre teknike dhe cilësore që vlerësohen nga ndërtuesit/specialistët e ndërtimit.

Për të gjitha shkaqet e mësipërme, çmohet se ndryshimi në markat tregtare dhe ngjashmëria në mallrat e tregtuara është i tillë që nuk e bën markën \*\*\* të ngjashme me markën e Palës Paditëse për efekt të parashikimeve të legjislacionit në fuqi në fushën e të drejtës së pronësisë industriale dhe praktikës së zbatuar në këtë rast. Për keto shkaqe kjo palë kerkoi rrezimin e kerkese-padise.

### Arsyetimi i gjykates.

Nga ana e saj gjykata referuar objektit dhe bazes ligjore te kerkese-padise si dhe përpos shpjegimeve të palëve ndërgjyqëse çmon se referuar Neni 6 të K. Pr. Civile percaktohet se: “Gjykata që gjykon mosmarrëveshjen duhet të shprehet mbi gjithçka që kërkohet dhe vetëm për atë që kërkohet”. Nga ana tjetër Neni 16/1 percakton se “Gjykata zgjidh mosmarrëveshjen në përputhje me dispozitat ligjore..... Gjykata nuk mund të ndryshojë bazën juridike të padisë pa kërkesën e palës. Në Nenin 28 të Kodit të Procedurës Civile parashikohet se: “Gjykata duhet të shprehet për të gjitha kërkesat që parashtrohen në padi, pa i kaluar kufijtë e saj, duke realizuar një gjykim të drejtë, të pavarur dhe të paanshëm brenda një afati të arsyeshëm.”. Në kuptim të këtyre dispozitave gjykata në ushtrimin e veprimtarisë së saj, udhëhiqet gjithnjë nga ligji, nuk e paragjykon çështjen objekt gjykimi dhe u krijon palëve të gjitha hapësirat ligjore për të realizuar një proces të drejtë gjyqësor. Cilësimi juridik i fakteve bëhet në përputhje me cilësimin ligjorë të tyre.

Nisur nga keto percaktime procedurale, gjykata ne analize te pretendimeve dhe prasimeve te paleve ndergjyqese dhe provave te administruara ne gjykim çmon se kerkese-padia duhet rrezuar si e tille per arsyet e meposhtme:

Në nenin 140 i Ligjit Nr. 9947 dt. 07.07.2008 “Per pronesine Industriale” (ne fuqi ne kohen e ngritjes se kerkese-padise) percakton se:

“1. Çdo shenjë ose kombinim shenjash, që paraqitet grafikisht dhe që shërben për të dalluar mallrat apo shërbimet e një personi fizik ose juridik, nga ato të një personi tjetër fizik ose juridik, është markë që përfaqëson ato mallra ose shërbime, me kusht që të përmbushen kërkesat e neneve 141 deri në 143 të këtij ligji (në vijim do të quhet “markë”).

2. Përbëjnë marka shenjat e mëposhtme:

a) fjalët, përfshirë emrat personalë, shkronjat, numrat, shkurtimet;

b) shenjat figurative, përfshirë vizatimet;

c) format dy ose tredimensionale, format e mallrave dhe/ose ambalazhimi i tyre;

ç) kombinimet e ngjyrave e të dritë-hijeve, si dhe ngjyrat në vetvete;

d) çdo kombinim i shenjave, të përmendura nga shkronjat “a” deri në “ç” të kësaj pike.

3. Markat regjistrohen vetëm nëse ato mund të paraqiten grafikisht. Kjo lidhet veçanërisht me lloje të veçanta markash, si zëri dhe sinjalet e dritës, por jo vetëm me këto.”

Neni 143 i Ligjit percakton se: “1. Marka nuk mund të mbrohet nëse përdorimi i saj bie në kundërshtim me të drejtat e mëparshme.

2. Marka nuk mund të regjistrohet ose, nëse është regjistruar, ajo duhet të deklarohet e pavlefshme kur:

a) është e njëjtë me një markë të mëparshme dhe mallrat e shërbimet, për të cilat është aplikuar ose regjistruar ajo, janë identike me mallrat ose shërbimet, për të cilat është mbrojtur marka e mëparshme;

b) është e njëjtë ose e ngjashme me një markë të mëparshme, e cila mbrohet për mallra apo shërbime identike ose të ngjashme dhe kur, për shkak të njëllajshmërisë ose të ngjashmërisë, ekziston mundësia e shkaktimit të konfuzionit te publiku, ku përfshihet edhe

mundësia e bashkëlidhjes me markën e mëparshme;

c) është e njëjtë ose e ngjashme me një markë të mëparshme, edhe kur është për t'u regjistruar ose është regjistruar për mallra apo shërbime, që nuk janë të ngjashme me ato, për të cilat është regjistruar marka e mëparshme, kur marka e mëparshme ka një reputacion në Republikën e Shqipërisë dhe përdorimi ose regjistrimi i markës në fjalë, pa shkak të arsyeshëm, fiton prioritet të padrejtë ose dëmton natyrën dalluese apo emrin e mirë të markës së mëparshme.

3. Marka nuk mund të regjistrohet ose, nëse është regjistruar, ajo deklarohet e pavlefshme, nëse cenon të drejtat e mëparshme, të fituara, si:

a) të drejtën e emrit tregtar, me kusht që ky emër ose pjesa thelbësore e tij të jetë e njëjtë apo e ngjashme me markën, që kërkohet të regjistrohet, dhe që pronari i emrit tregtar të prodhojë apo të sigurojë përkatësisht mallra ose shërbime, të njëjta ose të ngjashme me ato të markës, që kërkohet të regjistrohet;

b) të drejtën e një personi, emri, mbiemri ose pamja e jashtme e të cilit është e njëjtë ose e ngjashme me markën, që kërkohet të regjistrohet;

c) të drejtat e pronësisë industriale, përfshirë emrat e varieteteve të mbrojtura, bimore dhe/ose shtazore dhe të treguesve gjeografikë;

ç) të drejtat e autorit të një vepre ose të një pjese të saj, me kusht që ajo të jetë e njëjtë ose e ngjashme me markën, që kërkohet të mbrohet.

4. Marka nuk mbrohet, nëse është e njëjtë ose e ngjashme me një markë të regjistruar, për mallra apo shërbime të njëjta ose të ngjashme dhe nëse vlefshmëria e saj ka mbaruar për shkak të mbarimit të afatit të mbrojtjes, për një periudhë gjashtëmujore nga mbarimi i këtij afati.

5. Markë e mëparshme, në kuptim të pikës 2 të këtij neni, vlerësohet:

a) marka, me një datë aplikimi për regjistrim më të hershme sesa data e aplikimit për regjistrim e një marke tjetër tregtare, duke pasur parasysh, kur është rasti, pretendimin për prioritet për atë markë, sipas nenit 147 të këtij ligji;

b) marka, që është regjistruar më parë, nëpërmjet një marrëveshjeje ndërkombëtare, në të cilën Republika e Shqipërisë është palë;

c) aplikimi për një markë, sipas përcaktimit të shkronjave "a" e "b" të kësaj pike, në varësi të regjistrimit të tyre;

ç) marka, e cila, në datën e aplikimit për regjistrim, ose në datën e prioritetit, në rastet kur pretendohet për prioritet, është e mirënjohur në Republikën e Shqipërisë, në kuptim të nenit 6 bis të Konventës së Parisit, te publiku i sektorit përkatës, si rezultat i përdorimit, përfaqësimit, publikimit ose reklamimit, në përputhje me parashikimet e DPPM-së dhe të autoriteteve ndërkombëtare."

Neni 144 i ligjit përcakton se: "E drejta ekskluzive për markat, sipas këtij ligji, fitohet nëpërmjet regjistrimit të tyre në DPPM".

Neni 156 i ligjit, paragrafi 2, parashikon: "Pronari i markës së regjistruar gëzon të drejtën të ndalojë personat e tretë të përdorin, gjatë ushtrimit të veprimtarisë së tyre tregtare, pa autorizimin e tij: a) një shenjë, që është e njëjtë me markën, për mallra dhe shërbime, që janë të njëjta me ato, për të cilat është regjistruar marka; b) një shenjë, që është e njëjtë ose e ngjashme me markën apo që, për shkak të njëllojshmërisë apo ngjashmërisë së mallrave ose

*shërbimeve, për të cilat përdoret shenja, me mallrat apo shërbimet, që mbulohen nga marka e regjistruar, mund të shkaktojnë konfuzion te publiku, ku përfshihet edhe mundësia e bashkëlidhjes së shenjës me markën tregtare; c) një shenjë të njëjtë ose të ngjashme për mallra apo shërbime, edhe kur këto nuk janë as të njëjta e as identike me ato, për të cilat është regjistruar marka, në rast se marka ka reputacion në Republikën e Shqipërisë dhe nga përdorimi i shenjës, pa shkak të arsyeshem, realizohet një përfitim i padrejtë ose dëmtohet natyra dalluese apo emri i mirë i markës”.*

Neni 173 i ligjit përcakton se: “Gjykata, me kërkesë të personit të interesuar, shfuqizon markën e regjistruar, kur ajo nuk i përmbush kërkesat e neneve 142 e 143 të këtij ligji, në kohën kur është depozituar aplikimi për regjistrim.”

Në lidhje me sa u parashtrua më sipër, për zgjidhjen e drejtë të mosmarrëveshjes objekt gjykimi, gjykata çmon se është e nevojshme të zgjidhen çështjet juridike si vijon:

1. *Cili është standardi i provueshmërisë në rastin e gjykimit të mosmarrëveshjeve në lidhje me regjistrimin e markave që shkaktojnë konfuzion me markat e tjera të regjistruara më parë?*
2. *A ka në çështjen objekt gjykimi, mundësi për konfuzion midis markës tregtare “\*\*\*” dhe asaj “\*\*\*”? Cila është pasoja që vjen në rast se ekziston ajo mundësi?*
3. *A është marka tregtare “\*\*\*” një marke e mirenjohur në Shqipëri ?*
4. *A jemi përpara konkurrencës së pandershme për shkak të produkteve të tregtuara nga palet ndërgjyqese ?*

*Se pari:* Sa i përket çështjes së parë të shtruar për zgjidhje në arsyetimin e këtij vendimi, gjykata vlerëson se standardi i të provuarit në mosmarrëveshjen objekt gjykimi, kërkon që pala paditëse të provojë regjistrimin e mëparshëm të markës së saj, si dhe regjistrimin e mëvonshëm të markës së pretenduar se krijon konfondim (ngatërrimit) me markën e mëparshme. Po ashtu, nga provat e paraqitura gjatë gjykimit, duhet të krijohet bindja se ekziston mundësia e konfondimit dhe jo vetë konfondimi. Mundësia e konfondimit është element që perceptohet nëpërmjet ushtrimit të një gjykimi sipas standardit mesatar të vlerësimit të një konsumatori në vendin dhe kohën në të cilën ndodh mosmarrëveshja. Vlerësimi i mundësisë së konfondimit, në kundërshtim sa pretendon pala e paditur, nuk mund të provohet me ekspertë, për faktin e vetëm se nuk ekzistojnë ekspertë në këtë fushë. Siç u tha, kriteri i vlerësimit është subjektiv dhe bazohet në vlerësimin e ndershëm të mundësisë që një konsumator mesatar, të konfondohet nga dy markat tregtare në fjalë. Mundësia e konfondimit është e vlerësueshme potencialisht, me një gjykim të arsyeshem paraprak dhe për rrjedhojë mbi palën paditëse nuk rëndon barra që të provojë ekzistencën aktuale të konfondimit të konsumatorit.

Në rastin konkret, duke marrë për bazë dy markat që i nënshtrohen gjykimit, gjykata vlerëson në mënyrë abstrakte, nëse ka mundësi që të krijohet konfuzion midis dy markave. Pra palët kanë detyrimit dhe barrën të provojnë plotësisht ekzistencën e të drejtave mbi markat e regjistruara, por jo edhe të provojnë mundësinë e konfuzionit të konsumatorit, pasi kjo vlerësohet në mënyrë abstrakte nëpërmjet vlerësimit të atyre kriterëve që shërbejnë për përcaktimin nëse një markë është e ngjashme me një tjetër apo jo. Në vlerësimin e fakteve objekt gjykimi, gjykata mban parasysh në vlerësimin e kriterëve të përcaktuara në ligjin e

brendshëm (p.sh: neni 143 i ligjit “Për pronësinë industriale) edhe konventat ndërkombëtare, si edhe praktikën e Gjykatës së Drejtësisë së Komuniteteve Europiane, apo manualët e Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale (duke mbajtur parasysh këtu edhe ligjin nr. 8993, datë: 30.01.2003 “Për aderimin e Republikës së Shqipërisë në “Konventën për themelimin e Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale”). Kjo pasi gjykata i vlerëson këto të fundit, si burime autoritare, për interpretimin e kritereve dhe për vlerësimin e fakteve objekt gjykimi, sipas praktikës më të mirë ndërkombëtare.

Ne kontekst të sa me sipër, referuar dhe vet qëndrimeve të paleve ndërgjyqese, provohet se midis markave (\*\*\*) dhe (\*\*\*) nuk ekziston asnjë lloj konfuzioni në emer, stilizimim, ngjyra dhe vendosje të tyre.

Referuar çështjes së dytë të shtruar për zgjidhje në arsyetimin e këtij vendimi, gjykata vëren se përsa i përket produktit të prodhuar dhe tregtuar nga \*\*\*, (stuko), ai është prodhuar për herë të parë nga \*\*\*, vitin 2013. \*\*\* e ka regjistruar markën “\*\*\*\*” pranë DPPI në datën 05. 02. 2016 me Nr. \*\*\* regjistrimi, me afat mbrojtjeje deri në datën 03. 03. 2025.

Marka është regjistruar në kategorinë Nr. 19 të Listës së mallrave dhe/ose shërbimeve, sipas klasifikimit ndërkombëtar të Nicës. Këtu përfshihen edhe produktet llaç i thate, kolle, stuko, çimento, etj. Me këtë markë e mbrojtur “fjalë dhe figurë”, mbrohen dhe ngjyrat konkrete (e zeze, jeshile dhe e bardhe).

Produkti i prodhuar dhe i tregtuar nga \*\*\* (\*\*\*) nuk ka ndryshuar asnjëherë ambalazhimin e tij nga dita e parë e prodhimit, duke u tregtuar në Shqipëri dhe jashtë saj.

Ngjashmëria e markës “\*\*\*\*” me atë “\*\*\*\*” nuk ekziston për shkak se ato nuk janë aspak identike. Elementi verbal \*\*\* i markes se të paditurit është dominant dhe i nxjerre në pah, nisur nga menyra se si marka është regjistruar. Përveç kësaj ai vertet pozicionohet i qenderzuar ashtu siç gjendet edhe tek markat e paditesit, por ai gjendet i stilizuar në menyre aspak të ngjashme si tek regjistrimi i paditesit.

Për sa i përket ambalazheve të pretenduara se janë shumë të ngjashme me ato të paditesit, një pretendim i tillë nga pala paditese për gjykatën nuk provohet. Kjo pasi ato **nuk janë të tilla, pra nuk janë të ngjashme** dhe se produktet e prodhuara dhe tregtuara nga \*\*\* në raport me ato të \*\*\*, janë të dallueshme dhe lehtësisht të identifikueshme nga konsumatori mesatar. Konkretisht:

**Ne aspektin konceptual:** Të dy markat përbëhen nga një fjalë me dy rrokje, rrokja e dytë e të cilave përbën një term përshkrues të mallrave të prodhuara nga palët, madje në gjuhën shqipe (ku dhe është regjistruar marka \*\*\* – \*\*\*) termi ‘koll’, sipas Fjalorit të Gjuhës së Sotme Shqipe, botimi i vitit 1980 nënkupton: “*Tretësirë a lëndë e bardhë ngjitëse, e përgatitur me niseshte e me lëndë të tjera kimike, që përdoret për të ngrirë jakat e këmishëve, qafëzat etj. Vë në koll. Ngrij me koll.*”, duke përshkruar kështu një ndër produktet kryesore që mbron. Kjo rrokje është e ngjashme në të gjitha rastet dhe përdorimi i saj në marka është praktikë gjerësisht e përhapur në fushën e ndërtimit dhe nuk përmban ndonjë punë shpikëse, kreative, ose tjetër të mbrojtur nga të drejtat e autorit, por është thjesht përdorim i një termi me karakteristika përshkruese të produkteve që përfaqësohen. Për sa i përket togëfjalëshit të parë të markave, ai është qartazi i ndryshëm në të dy rastet, ku në rastin e të paditurit është “de” dhe në rastin e markave të Palës Paditëse është “KERA”, duke e bërë kështu konceptimin e markave plotësisht të ndryshëm.

Markat në konceptim nuk kanë një bazë veçanërisht të ngjashme dhe as kanë një përmbajtje të veçantë krijuese. Markat në thelb janë thjesht emri tregtar i shoqërive i regjistruar në regjistrat tregtarë përkatës dhe një pjesë e tyre përbën element përshkrues të produkteve dhe aktivitetit.

Gjithashtu, në aspektin konceptual duhet theksuar se Marka Tregtare Nr. \*\*\* dhe Marka Tregtare Nr. \*\*\* e Palës Padi tëse përbëhen dhe nga shprehje me mesazhe, përkatësisht “\*\*\*” dhe “\*\*\*”, ndërsa marka e te paditurit nuk i përmban të tilla. Shprehja e ndodhur në markën e kontestuar nuk është e mbrojtur dhe si rrjedhojë nuk mund të shfuqizohet.

Në aspektin vizual (pamor), duhet theksuar se markat përbëjnë thjesht shkronja të bashkuara, me element relativisht të theksuar shkronjën “K”, e cila është kapitale tek të dyja. Mirëpo, në rastin e markës \*\*\* shkronjat janë të shkruara me shkronja të vogla shtypi me ngjyrë të bardhë dhe me fushë të zezë, ndërsa në rastin e markave \*\*\* fjala është shkruar me shkronja të mëdha shtypi me ngjyrë të zezë dhe me fushë të bardhë, gri, ose ngjyrë qumështi. Pra, ngjyra e fontit dhe e sfondit është plotësisht e ndryshme në këto marka tregtare.

Për sa i përket karakteristikave vizive të germës K, në markën e palës se paditur ajo është konceptuar si një lidhje e tre shiritave me nuanca të ndryshme të ngjyrës së gjelbër kryesisht të errët, ndërsa në rastin e markave të Palës Padi tëse ngjyra K është në dy raste shkronjë e thjeshtë, me font normal e pa elemente pikturale, me ngjyrë të kuqe dhe të gjelbër dhe në një rast shkronjë K me ngjyrë të kuqe, por të pikturuar me font shkrimi të veçantë.

Gjithashtu, referuar dhe praktikës së Gjykatës Evropiane të Drejtësisë në lidhje me aspektin pamor fonetik, konsumatori i zakonshëm interesohet dhe ndikohet më tepër nga pjesa e parë e fjalëve të markës, sesa nga pjesa fundore e saj, e cila në këtë rast është tërësisht e ndryshme në markat objekt shqyrtimi gjyqësor.

Pra, në aspektin pamor markat ndryshojnë pasi, elementi gjenerik i tyre nuk është i veçantë dhe pjesa e parë, e cila është e veçantë dhe më e rëndësishme është totalisht e ndryshme. Gjithashtu, shkronja K nuk është e njëjtë, qoftë në formë, konceptim dhe ngjyrë. Ngjyrimi në tërësi është i ndryshëm: fjalët tek \*\*\* janë të bardhë me sfond të zi, ndërsa në markat \*\*\* fjalët janë të zeza dhe sfondi i bardhë, ose nuanca të ngjyrës së bardhë.

Për sa i përket aspektit fonetik, të dy fjalët lexohen duke vendosur theksin tek rrokja e parë, e cila qartazi në të dyja rastet është e ndryshme. Gjithashtu, duhet theksuar se, lexuesi i zakonshëm shpesh bazohet tek gërma e parë dhe e fundit e një fjale për të identifikuar atë dhe në fakt në rastin konkret gërma e parë e fjalëve është e ndryshme në markat objekt shqyrtimi.

Për sa i përket karakterit dallues të markave, qoftë në vetvete, ose si rrjedhojë e përdorimit të tyre, element i cili nëse ekziston rrezikon më tepër ngatërrimin nga konsumatorët, rezulton se Pala Padi tëse nuk ka depozituar asnjë provë e cila të mbështesë realisht pretendimin se në Republikën e Shqipërisë kjo markë është e mirënjohur. Depozitimi i fotove të një ndeshjeje të realizuar në Mbretërinë e Spanjës, në një edicion i cili ka vetëm një ndeshje si pjesë të saj nuk provon që marka është e mirënjohur në Republikën e Shqipërisë. Pala Padi tëse nuk provoi përmes pasqyrave financiare, apo deklaratave të eksportit dhe/ose importit, kontratave me pikat e shitjes, fotove pranë pikave të shitjes, etj. që produktet \*\*\* janë gjerësisht të njohura dhe tregtuara në Republikën e Shqipërisë. Nga hetimi gjyqësor dhe shpjegimet reciproke te paleve u konstatua se në tregun e materialeve të ndërtimit në Shqipëri, marka \*\*\* nuk mund të konsiderohet si një markë e famshme dhe as me një xhiro më të madhe se \*\*\*, xhiro e cila nuk është zvogëluar me kalimin e kohës, duke



treguar se në Shqipëri marka e pales se paditur dhe produktet e saj nuk kane shfrytëzuar aspak pozicionin e saj në treg.

Për sa i përket publikut i cili është klienti i zakonshëm i produkteve të mbrojtura nga këto mallra, për efekt të vlerësimit të mundësisë së ngatërrimit të tyre, ose të mundësisë së krijimit padrejtësisht të idesë se mallrat janë të së njëjtës shoqëri, ose grup shoqëri, u provua se mallrat objekt shqyrtimi nuk janë produkte që konsumohen nga një publik i zakonshëm, i çfarëdoshëm, por nga ndërtues dhe ekspertë ndërtimi. Tregtimi i tyre realizohet në ambiente të posaçme dhe specifike për një qëllim të tillë (sikurse rezulton dhe nga vetë fotot dhe ambalazhet e depozituara) dhe se individët të cilët i blejnë ato, janë përgjithësisht persona të cilët i njohin mirë produktet, karakteristika, vlerat dhe markat prodhuese dhe që trajnohen për një gjë të tillë. Pra, është e qartë se në këtë rast konsumatori i zakonshëm janë njerëz të cilët kanë një shkallë sofistikimi dhe vëmendje tepër të lartë në përzgjedhjen e produktit dhe ato e kanë të pamundur të ngatërrohen në përzgjedhjen e materialeve të ndërtimit, të cilat për më tepër specifikohen dhe më tej përmes kodeve të ndryshme të cilësisë dhe funksionit të tyre.

Për sa i përket testit nëse ka raste reale konfuzioni, ose ngatërrimi të markave të ngjashme në realitet, tek konsumatorët, Pala Paditëse nuk parashtrroi a provoi asnjë rast të tillë. Mallrat si derivat i markave respektive tregtohen në ambiente totalisht të ndryshme, ku konsumatorët e kanë të qartë mallrat e cilës shoqëri dhe grup shoqëri po konsumojnë. Për më tepër, sikurse u provua nga provat e depozituara pranë Gjykatës, ambalazhet e këtyre produkteve janë plotësisht të ndryshme dhe pa asnjë ngjashmëri vizuale ndërmjet tyre.

Për më tepër, shoqëria \*\*\* nuk ka shfaqur asnjë kundërshtim/shqetësim gjatë regjistrimit të markës \*\*\* e deri në këtë moment, markë e cila është regjistruar rregullisht nga Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale.

Në konkluzion të sa më sipër dhe specifikisht në kundërshtim me argumentet e Palës Paditëse, gjatë procesit u provua plotësisht se:

- Markat e Palës Paditëse të cilat mbulojnë produkte të të njëjtës kategori klasifikimi me produktet e mbrojtura nga marka e pales se paditur, nuk kanë asnjë ngjashmëri me markën \*\*\*, ndërsa marka e Palës së Paditur e pretenduar nga ajo si e ngjashme me markën e kontestuar nuk mbron produkte të së njëjtës kategori. Produktet e tregtuara nga palët ndryshojnë në karakteristikat e tyre thelbësore edhe në rastin kur janë pjesë e të njëjtës kategori, pasi karakteristikat e tyre thelbësore janë të ndryshme dhe funksionet gjithashtu;
- në vlerësimin global që i bëhet markave në shqyrtim, markat nuk janë të ngjashme pasi elementët e veçantë të tyre dhe perceptimi i përgjithshëm i krijuar nga konsumatorët është i ndryshëm. Elementi përshkrues në markat në fjalë nuk është element me ‘peshë dalluese’. Ai është një nga pjesët e markave e cila përdoret si element në disa marka tregtare me qëllim përshkrimin dhe pasqyrimin e llojit të aktivitetit dhe produkteve që mbrohen nga ajo markë. Nëse mund të vlerësojmë për element dominant, si e tillë shërben rrokja e parë e markave e cila i individualizon ato, jo fjala gjenerike e cila në asnjë rast nuk është vlerësuar si element dominant. Shprehja \*\*\*” që shërben si moto tregtare nuk është pjesë e markës në kuptimin formal juridik, pasi nuk është shprehje e mbrojtur. Por megjithatë ekzistenca e saj e

përforcon natyrën totalisht të ndryshme të dy markave, pasi moto tregtare e markave \*\*\* është “\*\*\*\*”, ose “\*\*\*\*” gjë që i bën dhe më të dallueshme këto dy marka;

- Konsumatori normal i cili konsumon produktet e mbrojtura nga të dy markat nuk është një individ i thjeshtë, por janë ndërtuesit dhe ekspertët e ndërtimit të cilët përveç njohurive të detajuara mbi produktet dhe natyrën e vetitë e tyre, trajnohen vazhdimisht për njohjen e produkteve, vetive dhe karakteristikave të tyre, kodeve të klasifikimit, pikat e shpërndarjes dhe prodhuesit, etj. dhe e kanë të pamundur të konfondohen në këtë rast;
- Pala Paditëse në asnjë moment nuk provoi përpara Gjykatës se marka \*\*\* ka një karakter tepër dallues, qoftë në vetvete, ose si rrjedhojë e përdorimit të saj, pasi nga provat e depozituara dhe faktet e shqyrtuara nuk provohet se ajo markë e produkte e saj janë të famshme dhe kanë një përhapje të gjerë në Republikën e Shqipërisë, apo se nga futja në treg e markës së kontestuar asaj i janë ulur shitjet, ulje prej të cilës ka përfituar pala e paditur. Gjithashtu, sikurse u provua në seancë, kjo markë as nuk është me karakter dallues të fortë pasi jo vetëm që vetë ka regjistruar disa marka të ngjashme, por subjekte të shumta kanë marka që kanë në parim elemente të përafërta. Në treg ofrohen lëngje të ndryshme që kanë në përbërje fjalën Cola dhe kjo nuk përben shkelje të drejtës së markës mbasi Pepsi Cola është markë e miratuar tjetër nga Coca-Cola apo produkte që mbushen në tregun vendas me emertime marka të ndryshme me fjalën Cola por që nuk nënkuptojnë cenimin e një marke të njohur. I njëjti shembull mund të jepet për Ujin e ambalazhuar i cili pothuaj është i njëjti në formë dhe përmbajtje por dallon nga emri i pronarit të cilit i është miratuar marka.
- Pavarësisht sa më sipër, sikurse është theksuar dhe nga GJED në vendime të ndryshme, lidhja e thjeshtë që konsumatori mund të bëjë ndërmjet dy markave, nuk përbën ngjashmëri në kuptim të ligjit dhe reputacioni i një marke nuk nënkupton ngjashmëri me markën e mëpasshme vetëm për shkak të lidhjes që konsumatorët mund të bëjnë ndërmjet tyre.
- Bazuar në analizën e mësipërme, konkludohet se markat në shqyrtim nuk janë të ngjashme për efekt të parashikimeve të ligjit për pronësinë industriale dhe se konsumatori i zakonshëm i produktit nuk mund të konfondohet në momentin e blerjes së këtyre produkteve si rrjedhojë e markave tregtare të tyre dhe për këtë shkak Gjykata, në vlerësimin global të markave, duke pasur parasysh dhe të gjithë elementët e rëndësishëm që përbejnë ato, nuk duhet të pranojë argumente e Palës Paditëse.

Pala paditëse nuk mund të pretendojë se në tregtimin e këtij produkti ka monopolizuar tregtimin e produktit koll, i cili është një produkt i tregtuar lirisht nga shumë subjekte të tjera tregtare. Këtë fakt nuk mund ta pretendojë as në paraqitjen e disa fotove të ambalazheve, i cili imazh sigurisht shërben për të treguar se në brendësi ndodhen të tilla produkte pra, koll dhe as në paraqitjen e cilesive me të cilin është mbushur ky ambalazh, e cila mundësohet vetëm nëpërmjet përdorimit të tij dhe tregtimin e këtij fakti tek konsumatori.

Pra, nëse disa nga elementët e paraqitjes së produkteve përsëriten tek të dy produktet e prodhuara nga palët ndërgjyqëse (\*\*\* dhe \*\*\*), kjo gjë imponohet nga vetë natyra e produktit, i cili është i njëjtë në të dy rastet, dhe nga fakti se po shitet një produkt i

konkurrencës pra koll dhe jo nga tentativa e njërit apo tjetrit subjekt për të kopjuar apo shfrytëzuar markën e regjistruar, emrin e mirë apo jo të konkurrentit.

Produkti \*\*\* ekziston në treg prej shumë vitesh, i pandryshueshëm në ambalazhin e tij dhe gjatë gjithë kësaj kohe nuk ka pasur asnjë pretendim nga \*\*\* për ndonjë dëm apo cenim të drejte, marke apo të lidhur me të. Kalimi i kësaj kohe të konsiderueshme dhe mungesa e veprimeve ligjore nga \*\*\*, bën që pretendimet e kësaj pale për shkelje të drejtash tanimë të jenë dobësuar thelbësisht. Paditësi nuk paraqet asnjë rast dhe nuk ka vërtetuar gjyqësisht apo në cilëndo procedurë tjetër, se konsumatori mesatar është konfunduar nga tregtimi i produktit \*\*\* nga \*\*\*. Argumentet e paraqitura nga pala paditese janë thjesht dhe vetem teorike dhe në mungesë të provave konkrete të konkurrencës së pandershme, cenimit të imazhit apo të ndonjë dëmi të pretenduar.

Madje vlen të theksohet edhe fakti se, paditësi pohon dhe insiston se ai nuk pretendon aspak ndonjë dëm të shkaktuar shoqërisë \*\*\* nga tregtimi i produkteve të të paditurit \*\*\*. Paditësi nuk pretendon dhe as provon rrjedhimisht në këtë gjykim se shitjet e tij për këto produkte janë ulur, pakësuar, apo mbetur në stanacion, pra ka munguar rritja e pritshme prej tij, si efekt i tregtimit të një produkti, i cili sipas paditësit, paska konfunduar konsumatorin duke e çuar atë në zgjedhje të gabuar.

Në mbështetje të këtij arsyetimi vjen edhe qëndrimin tjetër i paditësit, sipas të cilit produktet e tregtuara nga \*\*\*, tregtimi i të cilave kërkohet gjyqësisht të ndalet, janë identifikuar nga \*\*\* vetëm së fundmi, në vitin 2017 dhe jo më parë! Kjo në kushtet kur provohet se produktet e \*\*\* janë në treg prej 2 (dy) vitesh tanimë! Pra, në të gjithë këto vite, paditësi as nuk i ka identifikuar dhe as nuk ka ndjerë ndonjë shqetësim në treg nga tregtimi i produkteve \*\*\*, ç'ka provon se në fakt produktet \*\*\* janë ndryshme nga ato të \*\*\*, duke mos ekzistuar gjatë gjithë këtyre viteve ndonjë konfundim i konsumatorit dhe as ndonjë humbje apo cenim tjetër për paditësin \*\*\*.

Provohet se \*\*\* ka regjistruar markën "\*\*\*\*" që në vitin 2016 dhe ajo gëzon mbrojtje të plotë, pikërisht nga ky regjistrim. \*\*\* nuk ka paraqitur asnjë kundërshtim ndaj regjistrimit të kësaj marke, sipas përcaktimeve të nenit 152, pika 1 e Ligjit nr. 9947, datë 07.07.2008 "Për Pronësinë Industriale". Kundërshtim i cili mund të paraqitet brenda 3 (tre) muajve nga data e publikimit nga pronari i një marke të mëparshme.

\*\*\* nuk e ka kryer këtë veprim, duke mos e kundërshtuar regjistrimin e markës "\*\*\*\*" duke qenë e qartë edhe vetë pala se nuk ka asnjë shkelje të të drejtave të saj nga regjistrimi i kësaj marke dhe nga përdorimi i saj nga shoqëria \*\*\*.

Në referim të përcaktimeve të Ligjit nr. 9947, datë 07.07.2008 "Për Pronësinë Industriale", konkretisht nenit 160 të tij "Kufizimi i pasojës së pranimin në heshtje", parashikohet se: "1. Kur pronari i një marke të mëparshme, në përputhje me përcaktimin e pikës 5 të nenit 143 të këtij ligji, pranon në heshtje, për një periudhë të pandërprerë pesëvjeçare, përdorimin e një marke të regjistruar më vonë në Republikën e Shqipërisë, ai nuk ka më të drejtë, sipas së drejtës që rrjedh nga regjistrimi i markës së mëparshme, të kërkojë deklarimin e pavlefshëm të markës së mëvonshme ose ta kundërshtojë përdorimin e markës së mëvonshme për mallrat ose shërbimet, për të cilat marka e mëvonshme është përdorur, përveç kur regjistrimi i markës së mëvonshme është aplikuar në keqbesim".

Ne lidhje me çeshtjen e trete: Kusht tjetër ligjor i mbrojtjes së markës tregtare është dhe mirenjohja e saj në vendin ku përdoret si e tillë. Neni 143 pika 5, germa “ç” e ligjit përcakton se: *“Marka, e cila, në datën e aplikimit për regjistrim, ose në datën e prioritetit, në rastet kur pretendohet për prioritet, është e mirënjohur në Republikën e Shqipërisë, në kuptim të nenit 6 bis të Konventës së Parisit, të publiku i sektorit përkatës, si rezultat i përdorimit, përfaqësimit, publikimit ose reklamimit, në përputhje me parashikimet e DPPM-së dhe të autoriteteve ndërkombëtare.*

Kriteret ligjore të përcaktuara me sipër para në raport me Konventën që ti japin një markë statusin “markë e mirenjohur” kërkojnë nga gjykata që vlerësimin e tyre ta bëjë në përputhje me kuptimin dhe qëllimin që kanë në vetvete këto terma të përdorura në ligj para në raport me rrethanat konkrete. Kështu koncepti “përdorim” nënkupton për gjykatën *se pari* përdorimin e saj minimalisht në një grup të caktuar të interesuarish dhe maksimalisht për publikun e gjere dhe *se dyti* kohezgjatja e këtij përdorimi përben kriter tjetër vlerësues për gjykatën për dhenien e këtij statusi. Koncepti i “reklamimit ose publikimit” lidhet me evidentimin e kësaj markë nëpërmjet formave të ndryshme të të bërit publike si reklama, spote publicitare, postera, flete-palosesje etj. Edhe pse mund të jetë efektivisht e kundërta përsa i përket këtij procesi gjyqësor dhe dhenies së statusit të “markës së mirenjohur” të markës së palës paditese në Shqipëri nuk u provua gjyqësisht se kjo markë tregtare është e mirenjohur në tregun shqiptar për sa kohë që nga pala paditese u paraqit vetëm një foto e një ndeshjeje në Mbretërinë e Spanjës ku reklamohet kjo markë, dhe asgjë tjetër përsa i përket tregut shqiptar, konkretisht praktika doganore apo kontrata të distribucionit apo të reklamave të kryera ndër vite lidhur me importimin e këtyre produkteve në tregun shqiptar nga shoqëria pronare e saj.

Për sa më sipër u analizua gjykata çmon se kërkesë-padia është e pa bazuar në ligj dhe në prova dhe si e tillë duhet rrefuzuar.

#### **PER KETO ARSYE :**

Gjykata bazuar në Nenet 126, 306-308 e vijues të K. Pr. Civile,

#### **VENDOSI :**

1. Rrëzimin e kërkesë-padisë si të pa bazuar në ligj dhe në prova.
2. Shpenzimet gjyqësore në ngarkim të palës paditese.
3. Kundër këtij vendimi lejohet të bëhet ankimi në Gjykatën e Apelit Tiranë brenda 15 ditëve, afat ky që fillon nga e nesërmeja e shpalljes së tij për palët prezent dhe nga e nesërmeja e ditës së komunikimit të vendimit për palën në mungesë.
4. **U shpall sot më datë 04. 10. 2017 në Tiranë.**

**SEKRETARE**

**LUSJANA FEZOLLARI**

**GJYQTAR**

**ERVIN POLLOZHANI**

**Shpenzimet gjyqësore**  
**Taksë padie**

**\*\*\*Ilekë**

**Shpenzime njoftimi** \*\*\*lekë

**Totali** **\*\*\*lekë**