



## REPUBLIKA E SHQIPERISE

### GJYKATA E ADMINISTRATIVE E SHKALLES SE PARE TIRANE

**Numri i Ceshtjes :** 31154-05701-80-2017      **Data e Regjistrimit :** 21/09/2017  
**Numri i Vendimit:** 80-2018-107                      **Data e Vendimit :** 23/01/2018

#### VENDIM

#### NE EMER TE REPUBLIKES

#### GJYKATA E ADMINISTRATIVE E SHKALLES SE PARE TIRANE E PERBERE NGA:

**GJYQTAR:** {...}

**SEKRETARE:** {...}

Sot me date 23/01/2018mori ne shqyrtim ne seance gjyqesore geshtjen civile qe i perket :

I Paditur Drejtoria e Pergjithshme e Pronesise Industriale (DPPI) Padites {...}

**Objekti:**Shfuqizimi i vendimit nr. 22/3, date 05.11.2015 te Bordit te Apelimit te DPPM si i pabazuar ne ligj dhe prova dhe detyrimin e DPPI-se te vijoje procedurat e regjistrimit te markes nderkombetare Tick Different me numer regjistrimi IR1280843 ne klasen 14.

**Baza Ligjore:**Ligji nr. 49/2012 per 'Organizimin dhe funksionimin e gjykatave administrative

Ne perfundim te shqyrtimit gjyqesor te ceshtjes, te zhvilluar ne prani te perfaqesueses te pales paditese dhe te perfaqesueses se pales se paditur, e cila me pas e la gjykimin ne mungese, si edhe ne prani te perfaqesueses se personit te trete dhe ne mungese te Avokatures se Shtetit, qe perfundimisht kerkuan:

Pala paditese, nepermjet konkluzioneve perfundimtare: pranimin e padise sipas objektit te saj;

Pala e paditur, nepermjet prapesimeve verbale ne seance: rrezimin e kerkese padise;

Personi i trete, nepermjet konkluzioneve perfundimtare: rrezimin e kerkese padise;

Gjykata, pasi shqyrtoi provat e marra dhe u konsultua me ligjin lidhur me kete ceshtje,

**VEREN :**

Veren:V E R E N

Me daten 21.09.2017, prane Gjykates Administrative te Shkalles se Pare Tirane, eshte regjistruar per gjykim kerkese padia e subjektit padites {...}, duke paditur Drejtoria e Pergjithshme e Pronesise Industriale dhe me person te trete subjektin Apple Inc. dhe me objektin e padise, ne pjesen hyrese te ketij vendimi.

#### RRETHANAT E FAKTIT

Pala paditese, Shoqeria {...}, rezulton se eshte nje shoqeri me aktivitet te saj ne fushen nderkombetare te prodhimit te oreve dhe instrumentave kohematese, perfshire oret klasike, si dhe mallrave teknologjike.

Pala paaditese eshte pronare e disa markave tregetare {...}, te cilat jane regjistruar kombetarisht dhe nderkombetarisht, si edhe i markes tregtare Tick Different, me numer regjistrimi IR1280843, te regjistruar prane Zyres Boterore te Pronesise Intelektuale (WIPO).

Pala paditese i ka shtrire te drejtat e kesaj marke edhe ne Shqiperi nepermjet Marreveshjes/Protokollit te Madridit.

Marka Tick Different e paditesit, mban te dhenat e meposhtme:

Marka: Tick different.

Numri i regjistrimit: IR1280843.

Data e regjistrimit: 02.11.2015.

Data e prioritetit: 16.07.2015/regjistrimi baze ne Zvicer/Nr. 679340.

Klasa: 09.

Mallrat: Aparate per regjistrimin, transmetimin dhe riprodhimin e zerit ose imazheve; aparate elektronike per perpunimin e pageses, aparate per perpunimin e transaksioneve te pagesave jo kesh; media magnetike regjistrimi, disqe per regjistrimin e zerit; disqe kompakte, DVD dhe media te tjera regjistrimi dixhitale; aparate per te mundesuar degjimin e muzikes se kompresuar (MP3); makineri llogaritese dhe pajisje te perpunimit te te dhenave, software; software me lojra per telefona celulare, per kompjutere dhe per stereo dixhitale personale; software per lojra elektronike per telefona celulare, per kompjutere dhe per stereo dixhitale personale; kompjutera, kompjutera portative, kompjutera qe mbahen ne dore, kompjutera celulare, kompjutera personale, kompjutera dore, tableta elektronike dhe te levizshme dhe pajisje kompjuterike, stereo dixhitale personale, telefona celulare dhe telefona celulare te reja te gjenerates se re qe perfshijne funksionalitet me te madh (smartphones); aparate dhe instrumente telekomunikacioni; aparate per regjistrimin, transmetimin, riprodhimin e zerit ose imazheve, veganerisht telefona celulare dhe telefona celulare te brezit te ri qe perfshijne funksionalitet me te madh (smartphones); aparate elektronike qe mbahen ne dore per te hyre ne internet dhe derguar, pranuar, regjistruar dhe ruajtur mesazhe te shkurtra, mesazhe elektronike, thirrje telefonike, fakse, video- konferenca, imazhe, tinguj, muzike, tekst dhe te dhena te tjera dixhitale; aparat elektronike qe mbahen ne dore per marrjen ne telefon, ruajtjen dhe transmetimin e te dhenave ose te mesazheve; aparat elektronike qe mbahen ne dore per monitorimin dhe organizimin e te dhenave personale; aparat elektronike qe mbahen ne dore per pozicionimin global [GPS] dhe shfaqjen e hartave dhe informacionit per transport; pajisje elektronike qe mbahen ne dore per zbulimin, monitorimin, ruajtjen, mbikqyrjen dhe transmetimin e te dhenave ne lidhje me aktivitetin e perdoruesit, perkatesisht pozites, itinerant, distances se udhetimit, rrahjet e zemres; mbulues per kompjutera, dhe telefona portative dhe celulare; aparate dhe instrumente optike, veganerisht syze, syze dielli, syze zmadhuese; kuti per syze, syze dielli dhe syze zmadhuese; bateri per aparate elektronike dhe kompjutera, bateri per mates kohe dhe instrumenta kronometrike.

Rezulton se, personi i trete ne kete gjykim, Apple Inc, ka paraqitur me 01.04.2016, prane pales se paditur, Bordit te Apelimit te DPPI-se, nje kerkese per kundershimitin e regjistrimit te markes Tick Different, me pretendimin se kjo marke eshte e ngjashme me marken e tij te meparshme THINK DIFFERENT, me te dhenat e meposhtme:

Marka: THINK DIFFERENT.

Numri i regjistrimit: IR1210085.

Data e regjistrimit: 24.07.2014.

Klasa: 09

Mallrat: Baza/tru kompjuteri; kompjuter per tu mbajtur ne dore; aparate personale dixhitale; aparate audio portative dixhitale; organizues elektronik; kablo; programe kompjuterike per administrimin e informacionit personal; sisteme programuese per administrimin e bazes se te dhenave; sisteme programuese per mesazhe dhe poste elektronike; sisteme programuese per sinkronizimin e bazes se te dhenave; programe kompjuterike per aksesimin, vzhgimin dhe kerkimin ne bazen e te dhenave ne internet; sisteme programuese operuese; programe per sinkronizimin e te dhenave; programe per zhvillimin e mjeteve te aplikimit; seri e plote e shkronjave kompjuterike, tipografe, lloje dizenjimesh dhe simbolesh; sisteme programuese kompjuterike per perdorim ne sigurimin e aksesit te shumefishte te perdoruesit ne nje rrjet kompjuterik global informativ per kerkimin, rikthimin, transferimin, manipulimin dhe shperdarjen e nje game te gjere informacioni; sistem programues kompjuterik per perdorim si nje nderfaqe programimi; sistem programues kompjuterik per perdorim ne rrjetin e ndarjes se perbashket te serverit; sistem programues per rrjetin lokal; sistem programues per perputhjen, korrigjimin dhe riprodhimin e ngjyres; sistem programues per perdorim ne redaktimin e videos; sistem programues per perdorim ne shtimin e tekstit dhe grafikeve; sistem programues per perdorim ne shpjegimin e serise se plote te shronjave dhe cilesise se serise se plote te shronjave; sistem programues kompjuterik per perdorim ne lundrim dhe kerkim ne rrjetin kompjuterik informues global, si dhe, organizon dhe permbledhe informacionin e marre; sistem programues kompjuterik per perdorim ne progesimin e fjaleve dhe menaxhimin e bazes se te dhenave; sistem programues kompjuterik per perdorim ne krijimin, ngarkimin, transmetimin, marrjen, perpunimin, nxjerrjen, kodimin, shkodimin, luajtjen, ruajtjen dhe organizimin e te dhenave dixhitale audio, video, dhe te dhena dixhitale te tjera; sistem programues kompjuterik per perdorim per analizimin dhe rregullimin e gabimeve te sistemeve te tjera programuese kompjuterike; sisteme programuese per lojra kompjuterike; sisteme kompjuterike grafike; sisteme programuese te motorit per kerkime kompjuterike ; manuale udhezuese ne formatin elektronik paketuar ne lidhje me te gjitha sa me siper.

Rezulton se pala e paditur, Drejtoria e Pergjithshme e Pronesise Industriale, pasi ka shqyrtuar argumentat e paleve, ne perfundim ka vendosur me vendimin nr. 22/3, date 01.06.2017, te Bordit te Apelimit, sa me poshte: (i) pranimin e kundershimitit ndaj aplikimit nderkombetar numer IR1280843, per marken Tick Different; (ii) refuzimin e regjistrimit te markes Tick Different per te gjitha mallrat".

Pala paditese, ne lidhje me Vendimin nr. 22/3, date 01.06.2017, rezulton se ka marre dijeni me 28.08.2017, duke pretenduar me ane te kerkese padise ne gjykates se, Vendimi i Bordit te Apelimit te DPPI-se, eshte marre ne zbatim te gabuar te ligjit dhe provave.

#### PRETENDIMET E PALEVE

Pala paditese, ka kerkuar pranimin e padise, ne referim te ketyre argumenteve kryesore:

- Arsyetimi i Bordit te Apelimit te DPPI-se eshte plotesisht i gabuar dhe i pabazuar ne lidhje me analizen e ngjashmerise midis markave objekt shqyrtimi.
- Ne baze te nenit 143 (2)(b) te Ligjit 9947: "Marka nuk mund te regjistrohet ose, nese eshte regjistruar, ajo duhet te deklarohet e pavlefshme kur: ... b) eshte e njejte ose e ngjashme me nje marke te

meparshme, e cila mbrohet per mallra apo sherbime identike ose te ngjashme dhe kur, per shkak te njellojshmerise ose te ngjashmerise, ekziston mundesia e shkaktimit te konfuzionit te publiku, ku perfshihet edhe mundesia e bashkelidhjes me marken e meparshme;"

- Pra, qe te kete mundesi per konfuzion, duhet te plotesohen dy kushtet e parashikuara nga ky nen, markat te jene te ngjashme dhe mallrat qe ato mbrojne te jene identike ose te ngjashme aq sa te ekzistojne mundesia e shkaktimit te konfuzionit te publiku, ku perfshihet edhe mundesia e bashkelidhjes me marken e meparshme.
- Kur analizojme ngjashmerine ndermjet dy shenjave duhet te kemi parasysh qe te mos kufizohemi vetem tek nje pjese perberese te kesaj ose asaj shenje, sikurse vepron i padituri dhe person! i trete.
- Bazuar ne praktiken gjyqesore te Gjykates Europiane te Drejtesise (GJED), analiza krahasimore ndermjet dy shenjave duhet te fokusohet ne pershtypjen e pergjithshme qe japin keto shenja te konsumatorit dhe nuk merret me elementet individuale te shenjave (referuar gjykimit te GJED CJEU C-251/95 "Sabel BV v Puma AG").
- Perceptimi i pergjithshem i markes ne mendjen e nje konsumatori te zakonshem luan nje rol te rendesishem ne vleresimin e ngjashmerise midis markave. Nisur nga praktika gjyqesore nderkombetare dhe ajo e vendit, nje konsumator i zakonshem e percepton marken si nje te tere, duke memorizuar elementet thelbese dhe dominante te saj, pa u ndalur ne analizen e detajeve perberese te saj.
- Ne rastin konkret, konsumatori mesatar percaktohet se eshte konsumatori ne kuptim te ceshtjeve te Gjykates Europiane te Drejtesise (gjykimet C-210/96 "Gut Springenheide GmbH and Rudolf Tusky v Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt fur Lebensmitteluberwachung" dhe C-342/97 "Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH and Klijsen. Handel BV"), konkretisht, grupi i konsumatorit mesatar do te perfshije konsumatorit e publikut ne pergjithesi, te diet kane nje nivel te larte dijenie dhe vemendjeje ndaj mallrave te perfshira ne klasat 9, 38 dhe 41 te Klasifikatorit te Nices, per shkak se jane mallra qe perdoren per kohe te gjate dhe perdorin teknologji informacioni te avancuar, gje e cila reflektohet edhe ne cmimin e larte te ketyre mallrave ose produkteve.
- mund te veme re me lehtesi se keto marka jane te ndryshme. Marka Tick different eshte nje marke e stilizuar; ndersa marka THINK DIFFERENT e personit te trete eshte nje fjale stand arte.
- Nese verifikojme listen e markave te publikuara ne regjistrin nderkombetar te markave te WIPO-s (Organizates Boterore te Pronesise Intelektuale), rezulton nje numer i konsiderueshem markash qe permbajne fjalen "different" si pjese te markes, te regjistruara ne klasen 09, sikunder eshte regjistruar marka e personit te trete Apple. Per shembull, INSPIRINGLY DIFFERENT me nr. regj. IR1310852; TALK DIFFERENT me nr. regj. IR 1223806; LIVE DIFFERENT me nr. regj. IR1049285; etj
- Te gjitha keto marka kane ne perberje fjalen "different" dhe serish jane te dallueshme nga njera tjetra, per shkak te elementit verbal fillestar qe ato permbajne, cka i ben keto marka te mos te kene ngjashmeri me njera-tjetren, si vi zualisht ashtu edhe fonetikisht dhe konceptualisht.
- Ne aspektin fonetik, pavaresisht se fjalet "think" dhe "tick" kane te perbashket germet "t", "i" dhe "k", pershtypja e pergjithshme fonetike e ketyre fjaleve eshte e ndryshme, pasi fjala "tick" shqiptohet shkurtimisht [tik], ndersa fjala "think" ka nje shqiptim me te gjate prej germave "h" dhe "n" [think].
- Ne menyre te aabuar i padituri i gjen markat konceptualisht te ngjashme pa u thelluar ne nje analize me te detajuar ne kete aspekt.
- Markat kane vetem nje fjale te perbashket, fjalen "different", e cila duke qene nje fjale pa karakter dallues, ze nje vend dytesor tek markat. Kjo fjale ne rastin konkret sherben si lidhje me fjalet "tick" dhe "think", te cilat jane dy fjale te ndryshme dhe me kuptime te ndryshme, per te formuar shprehjet "tick different" dhe "think different".

- Vetem perdorimi i fjales se perbashket "different" nuk mund te konsiderohet si element qe i ben markat te jene te ngjashme konceptualisht. Eshte mjaft e qarte se secila marke ka kuptimin e vet, keshtu qe ato nuk mund te konsiderohen te njejta konceptualisht vetem per shkak se fjala "different" permbahet ne te dyja markat.
- Konsumatorët do t'i kuptojnë këto shprehje në baze të kuptimit të fjales "think" dhe "tick" dhe lidhjes së tyre me fjalen "different". Shprehja "think different" në shqip perkthehet [mendo ndryshe], ndërsa shprehja "tick different" perkthehet në shqip [funksiono ndryshe]. Për më tepër, Paditesi i referohet tingullit (tick) i cili është tipikisht i prodhuar nga një ore që punon, pra tingulli [tik-tik-tik] i ores. Në këtë aspekt, nuk ekziston asnjë lloj ngjashmerie konceptuale midis markave Tick Different dhe THINK DIFFERENT.
- Të gjithë elementet krahasimore të ngjashmerisë midis markave, duhet të analizohen të lidhur së bashku, pra, vetëm ngjashmeri në njërin aspekt nuk është e mjaftueshme për të konkluduar se markat janë të ngjashme. Është e nevojshme të theksohet se gjatë krahasimit vizual dhe fonetik, duhet të mbahet parasysh edhe aspekti konceptual. Kjo për faktin se kur një konsumator sheh ose degjon një fjale, ai automatikisht percepton kuptimin e saj. Për faktin që fjala "different" është një fjale jo dalluese dhe ze një vend dytesor në markat në fjale, vëmendja e konsumatorëve do të fokusohet në fjalet e para "think" dhe "tick"; dhe të dyja këto fjale janë të ndryshme nga njëra tjetra.
- Mallrat e klases 09 të përfaqësuara nga të dyja markat nuk janë as të njëjta dhe as të ngjashme. Për më tepër këto mallra përbehen dhe përmbajnë teknologji mjaft të sofistikuara dhe janë shumë të shtrenjta. Për këtë arsye, konsumatori mesatar do të ketë një shkallë vëmendjeje më të lartë se zakonisht.
- Mallrat janë të një natyre, qëllimi dhe përdorimi të ndryshëm nga ai për të cilin një konsumator mesatar do i blejë këto mallra. Mallrat, si, aparate dhe instrumente optike, veganerisht syze, syze dielli, syze zmadhuese; kuti për syze, syze dielli dhe syze zmadhuese; bateri për aparate elektronike dhe kompjutera, bateri për matës kohe dhe instrumenta kronometrike nuk mund të konsiderohen si mallra plotësuese me mallrat e markave kundërshtuese dhe as nuk është e mundur që të supozohet se këto mallra mund të shkëmbehen ndërmjet njëra-tjetres pasi ato ofrohen/shiten në vende të ndryshme dhe kanë për qëllim grupe të ndryshme konsumatorësh.
- Bazuar në sa më sipër, mund të konkludohet se nuk përmbushen kushtet e ngjashmerisë në kuptim të nenit 143(2)(b) të Ligjit 9947 që të ekzistojë mundësia për konfuzion dhe e bashkelidhjes së markës së mëvonshme Tick different me markën e mëparshme THINK DIFFERENT.
- Pretendimi i personit të tretë Apple se {...} kërkon të përfitojë nga reputacioni dhe prestigji i markës THINK DIFFERENT është teresisht i aabuar dhe i pabazuar.
- Se pari, nuk ka keqbesim nga ana e {...} për aplikimin e markës Tick different, pasi kjo marke nuk është identike me markën THINK DIFFERENT.
- Tick Different nënkupton "të funksionosh në një mënyrë tjetër" dhe i referohet traditës së për inovacion dhe mendim jashtë kornizës, themeluar nga krijimi në vitet '80 të revolucionit të {...}, marketing i ri dhe teknika komunikimi. Të gjitha këto kanë sjellë një sukses tregtar të jashtëzakonshëm dhe një famë të madhe për brandin/markën {...}.
- Tick different është një përmbledhje e vlerave kryesore të {...}, në kuptimin që shoqëria {...} vepron në mënyrën e saj, në ndryshim nga pjesa tjetër e industrisë së orave. Përveç kësaj, asnjë shoqëri, qoftë ajo amerikane, nuk mund të pretendojë që është e vetmja e aftë të mendojë jashtë kornizës.
- Shoqëria {...} është e njohur për përdorimin në rrugën e saj të biznesit të një varieteti të gjërave të emrave dhe sloganeve, frazave dhe referencave të mprehta. Për shembull, po përmendim disa prej

tyre, PROUD TO BE PINK, FLOWERFULL, CANDY PARLOUR, VITAMIN BOOSTER si emra model, ose {...} THE EYES, SPORT MIXER, APRES-SKI si emra koleksionesh dhe I ALWAYS WANT MORE ose POP IT UP si slogane.

- Shoqeria {...} ka filluar te perdore marken Tick Different ne produktet e saj, konkretisht per modele oresh me kapacitete NFC per pagesa jo-kesh dhe pa kontakt. Kjo ore eshte hedhur ne treg tashme ne Zvicer dhe do te hidhet shume shpejt ne vende te tjera. Paraqitja e saj ka terhequr mjaft vemendjen e konsumatoreve.

- {...} eshte qartesisht i lidhur me tingullin (Tick), i cili eshte tipikisht i prodhuar nga nje ore qe punon. Per me teper {...} e ka perdorur tashme disa here termin TICK ose perseritjen e tij per disa modele orash, per shembull MINOIC TICKING, TICKING BRAIN, TICKING FISH, {...}-TIC TIC BOOM.

- Me te drejte DPPI nuk e ka marre parasysh pretendimin e Apple per statusin e mirenjohur apo reputacionin e markes se tij THINK DIFFERENT, pasi Apple nuk arriti te provonte nje status te tille te markes se tij. Apple nuk solli asnje prove te vlefshme per te provuar reputacionin e markes se tij, si dhe faktin qe marka e tij ishte e bere e njohur te konsumatorit per mallra dhe/ose sherbime te caktuara. Te gjitha provat e paraqitura nga Apple jane vecse disa printime nga interneti ne gjuhen angleze te cilat referojne ne disa faqe pa ndonje lidhje konkrete me reputacionin e markes THINK DIFFERENT dhe lidhjes se kesaj marke me mallra specifike.

- Deshirojme te theksojme se paditesi ka fituar ceshtjen gjyqesore per te njejtin konflikt ne shtetin e Cekise me vendimin nr.0-244197 date 13.10.2016. Gjykata e Cekise vendosi se nuk ka ngjashmeri midis markave dhe per rrjedhje nuk ka as konfuzion te konsumatorit me argumentin:

- Pavaresisht ngjashmerise midis mallrave ne nje pjese te tyre dhe ngjashmerise se ulet vizuale dhe fonetike midis shenjave, nuk ekziston mundesi per konfuzion te konsumatorit mesatar per shkak se konceptualisht markat jane te ndryshme dhe ne teresine e tyre ato jane te ndryshme nga njera-tjetra.

- Per te gjitha sa me siper, si dhe ne mbeshtetje te neneve te siperpermendura, kerkojme: Pranimin e kerkese padise;

Personi i trete, nepermjet konkluzioneve perfundimtare, kerkoi rrezimin e padise, ne referim te ketyre argumentave:

- Pretendime nuk qendrojne, ato jane thjesht empirike, madje nuk gjenden as te artikuluara ligjerisht. Ne te kundert nga sa pretendon paditesi, bashkeekzistenca e markave ne diskutim shkakton Mundesi per Konfuzion [143(2)(b) i ligjit] dhe vendimi i Bordit te Apelimeve te DPPI eshte marre ne respektim te plote te ligjit dhe rrethanave te faktit.

- Megjithate perpara se te parashtrojme argumenta te detajuara ndaj pretendimeve te paditesit, mendojme qe eshte me vlere te qendrojme paraprakisht tek ceshtjet se (i) cfare perfaqeson akti administrative i kontestuar - vendimi i Bordit te Apelimeve te DPPI, si dhe (ii) shkaku ligjor i padise - Mundesia Per Konfuzion.

- Sic rezulton, vendimi objekt gjykimi, eshte rezultat i nje procedure administrative te mbajtur prane Bordit te Apelimeve te DPPI. Kjo procedure u iniciua nga ne, Apple Inc., ku me 01.04.2016 depozituam nje kundersiztim ndaj markes Tick Different (fjale) - ilustrimi i te ciles gjendet me poshte, qe i perket aplikimit nderkombetar Nr. 1280843 (.ketej e vazhdim referuar si "aplikim/marke e kundersiztuar").

- Sic rezulton nga dokumentat e administruara ne dosje, aplikimi per regjistrimin e markes Tick Different u depozitua me 24.12.2015 ne Zyren Nderkombetare te Pronesise Intelektuale (WIPO), eshte aplikuar per tu regjistruar per mallrat e klases 9, dhe eshte kerkuar vlefshmeria e tij (regjistrimi i tij) per shume vende, perfshire dhe Shqiperine.

- Kundersiztimi u bazua ne regjistrimin nderkombetare te zoteruar nga Apple Nr.1210085 per marken Think Different (fjale) (ketej e vazhdim referuar si "marka e meparshme" apo "marka kundersiztuese") e

vlefshme ne Shqiperi prej 24.07.2014, ilustrimi i te ciles gjendet me poshte, e regjistruar per mallrat e klases 9

- Kundershtimi u depozitua konform procedures te parashikuar nga nenet 152 dhe 153 te ligjit Nr.9947 date 07.07.2008 "Per Pronesine Industriale" (i ndryshuar) (ketej e vazhdim referuar si "ligji specifik" apo ligji per PI ) dhe u bazua ne shkakun Ngjor te mundesise per konfuzion qe bashke-ekzistenca e markave ne diskutim shkakton, si dhe ne mundesine e marrjes te perfitimeve te padrejta (nga ana marka e kundershuar) nga reputacioni apo emri i mire i markes Think Different, apo demtimit qe mund ti behej karakterit dallues apo reputacionit te markes slogan Think Different.
- Keto shkaqe ligjore jane te parashikuara nga neni 143 (2) pika b dhe c, ku permbushja qofte e njera prej tyre perben shkak (te pavarur) per pranimin e kundershimit.
- Per qellim te te provuarit te mundesise per konfuzion si dhe demtimeve eventuale qe ti ndodhnin markes me reputacion, parashtuam para Bordit te Apelimeve nje analize gjitheshqeruese te ngjashmerise qe markat ndajne duke vene theksin tek (i) ngjashmeria e larte ne te tre aspektet, vizuale, fonetike, konceptuale, ne faktin qe (n) mallrat jane kryesisht identike, si dhe ne karakterin i theksuar dallues te markes Think Different dhe fama e saj ekstremisht e larte.
- Bordi i Apelimeve te DPPI pasi shqyrtoi rastin ne diskutim konkludoi se bashke- ekzistenca e markave ne diskutim shkakton mundesi reale per konfuzion. Si fillim ai gertifikoi statusin e markes tone Think Different si marke me te drejta te meparshme, sipas kuptimit te nenit 143 paragrafi 5 (a) te ligjit specifik, pasi u provua marka slogan Think Different figuron e vlefshme ne Shqiperi prej 24.07.2014 kurse marka e kundershuar 17muaj me vone, vetem me 24.12.2015. Kete fakt nuk e kundershton as vete paditesi.
- Bordi i Apelimet pasi, me te drejte, certifikon statusin tone si marke e meparshme (marke e regjistruar me pare) evidentoi ngjashmerite e shumta qe markat ndajne. Disa nga ngjashmerite qe Bordi vleresoi drejt jane (i) mallrat kryesisht identike/te ngjashme, (ii) markat shume te ngjashme ne te treja aspektet, vizual, fonetik, konceptual etj. Per rrjedhoje, ne vendimin e tij Nr,22/3 date 01.06.2017, Bordi i Apelimet pranon kundershimin tone ndaj markes Tick Different te paditesit, me arsyetimin se bashkeekzistenca e Think Different vs. Tick Different shkakton mundesi reale per Konfuzion.
- Duhet shtuar fakti se Bordi, per ekonomi gjyqesore, la pa shqyrtuar llojet e demeve qe mund ti shkaktohen markes me reputacion [neni 143 (2) pika c) e ligjit]. Kjo lloj perqasje eshte e kuptueshme, pasi dispozita qe flet per markat e mirenjohura eshte shume me komplekse dhe impenjative, ku kerkohet shqyrtimi dhe permbushja e shume faktoreve njekohesisht. Sic eshte thene me siper, ajo perfaqeson nje shkak te pavaruar (per pranimin e kundershimit) nga mundesia per konfuzion, dhe meqenese Bordi vleresoi se mundesia per konfuzion (shkaku tjeter ligjor i parashikuar nga pika b e dispozites se lartpermendur) eshte prezent, nuk vazhdoi me tej me shqyrtimin e shkakut tjeter ligjor (te permendur me pare), per shkak dhe te kompleksiteti te tij.
- Paditesi me padine depozituar ne kete gjykim ka kundershuar vendimin e Bordit te Apelimeve me pretendimin se markat ne diskutim nuk shkaktojne mundesi per konfuzion. Sipas tij mallrat nuk jane identike dhe markat (shenjat) jane te ndryshme nga pikepamja konceptuale, fonetike vizuale.
- Keto pretendime jane thjesht empirike. Paditesi ne asnje rast nuk percakton se cila eshte ajo dispozite ligjore apo kriter qe Bordi ka shkelur apo e ka zbatuar keq, e qe te justifikojte sadopak pretendimet e tij per pavlefshmeri te vendimit.
- Megjithate perpara se te parashtrojme argumenta te detajuara ndaj pretendimeve te paditesit, mendojme qe eshte me vlere te qendrojme paraprakisht tek analiza e shkakut ligjor - ate te Mundesise Per Konfuzion, te perdorur ndaj kundershimit te markes se paditesit, dhe te pranuar nga Bordi i Apelimeve te DPPI.
- Sic rezulton, Bordi i Apelimeve te DPPI pranoi kundeshimin tone bere ndaj markes se paditesit Tick

Different pasi e gjeti ate te ngjashme me marken tone Think Different. Bordi me te drejte vleresoi (i) markat shume te ngjashme nga aspekti vizual, fonetik dhe konceptual, (ii) mallrat kryesisht identike, pjesa tjeter e ngjashme etj. Per rrjedhoje u konkludua se bashke-ekzistenca e markave ne diskutim shkakton mundesi reale per konfuzion e per pasoje, dhe ne vendimin Nr.22/3 prot, date 06.2017, Bordi i Apelimeve pranoi kundersizimin tone.

- Por paditesi mendon ndryshe. Ai pretendon se markat nuk jane aspak te ngjashme, po ashtu dhe mallrat qe markat mbulojne jane te ndryshme, dhe per kete perpiqet te sjell disa "diferenca" te cilat nuk jane aspak te lidhura me rastin. Me poshte eshte nje analize gjithepershires e mundesise per konfuzion, ku gjenden gjithashtu prapesimet tona ndaj pretendimeve nje-per-nje te paditesit.
- i. Krahasimi i shenjave - Vizulisht, Fonetikisht, Konceptualisht pothuajse IDENTIKE!
- Shenjat/markat duhet te krahasohen duke bere nje vleresim te gjithanshem te ngjashmerive vizuale, fonetike, konceptuale te tyre. Krahasimi duhet te bazohet ne pershtypjen e pergjithshme qe markat percjellin, duke mbajtuar parasysh komponentet dallues dhe dominant te tyre. Gjithashtu, praktika ka sanksionuar se nese ka ngjashmeri ne nje nga tre aspektet - vizuale, fonetike, konceptuale, atehere markat/shenjat do te konsiderohet te ngjashme (shiko per kete effect 02/12/2009, T - 434/07, Solvo, EU:T:2009:480). Po ashtu, markat/shenjat do te konsiderohet te ngjashme kur konsumatori i percepton ato pjeserisht identike ne nje prej tre aspekteve (shiko per kete efekt 23/10/2002, T6/01 "Matratzen", para.30 (C-03/03P); gjykimin te 12/11/2008, T-281/07 "BLUE" para. 26).
- Aspekti vizual: Paraprakisht, do te donim te theksonim se markat ne konflikt jane marka fjale. Marka e meparshme eshte regjistruar si marke fjale kurse marka e kundersiztuar pavaresisht se eshte disi e stilizuar ky stilizim nuk ka asnje element grafik specifik. Keshtuq, ashtu sic dhe Bordi me te drejte konkludon, markat jane marka fjale dhe si te tilla nuk ka vlere te diskutohet nese markat jane shkruar me germa kapitale apo jo. Ky eshte nje standart i aplikuar nga EUIPO, tashme i pranuar dhe nga DPPI ne shume gjykime te mbajtuara prane Bordit te Apelimeve.
- Per ta permbledhur, duke marre parasysh shkallen e larte te ngjashmerive vizuale, fonetike, konceptuale, mallrat kryesisht identike, dhe te ngjashme, karakterin dallues te sloganit Think Different, lehtesisht konstatohet - sic dhe me te drejte eshte konstatuar dhe nga Bordi i Apelimeve, se mundesia per konfuzion eshte me shume se evidente.
- Ne keto kushte kerkojme: Rrezimin e padise, si te pabazuar ne ligj dhe prova.

Ligji i Aplikueshem;

- Ligji nr.49/2012 "Per organizimin dhe funksionimin e gjykatave administrative dhe gjykimin e mosmarreshjeve administrative", i ndryshuar.

Neni 35 Barra

e proves

1. Organi publik ka detyrimin te provoje ligjshmerine e aktit administrativ, kontrates administrative dhe te veprimit tjeter administrativ, te nxjerre jo me kerkese te paditesit, si dhe faktet qe ai ka parashtruar dhe ka vene ne themel te veprimtarise se kundersiztuar ne gjykate.

Neni 37

Kufijte e shqyrtimit te ceshtjes

Gjykata shqyrton ligjshmerine e veprimit administrativ qe kundersiztohet, ne baze te provave te paraqitura nga palet dhe te situates ligjore dhe faktike qe ekzistonte ne kohen e kryerjes se veprimit konkret administrativ.

Ligj nr.9947, date 7.7.2008 "Per pronesine industrial".

Neni 1

Objekti



1. Objekt i këtij ligji është rregullimi i sistemit të dhenies dhe të mbrojtjes së të drejtave të pronësive industriale. Mbrojtja e pronësive industriale ka si objekte të saj:

- a) patentat dhe modelet e përdorimit;
- b) disenjot industriale;
- c) markat tregtare dhe të shërbimit;
- c) treguesit gjeografike.

2. Shpikjet mbrohen nëpërmjet patentave dhe modeleve të përdorimit, të cilat leshohen nga Drejtoria e Përgjithshme e Patentave dhe Markave (në vijim DPPM). Disenjot industriale, markat tregtare e të shërbimit dhe treguesit gjeografike mbrohen nëpërmjet regjistrimit në DPPM. Mbrojtja e mesipërme për disenjot industriale nuk përjashton të drejtat e tjera, që parashikohen në ligj dhe, veçanërisht, të drejtat që bazohen në ligjin “Për të drejtën e autorit dhe të drejtat e tjera, të lidhura me të”.

Neni 143

Refuzimi për shkaqe relative

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 njëjte me një markë të mëparshme dhe mallrat e shërbimit, 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 njëjte ose e ngjashme me një markë të mëparshme, e cila mbrohet për mallra apo shërbime identike ose të ngjashme dhe kur, për shkak të njëllojshmërie ose të ngjashmërie, ekziston mundësia e shkakimit të konfuzionit të publiku, ku përfshihet edhe mundësia e bashkelidhjes me markën e mëparshme;
- c) është e njëjte 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 fjale, pa shkak të arsyeshem, fiton prioritet të padrejte ose demton 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 emer ose pjesa thelbësore e tij të jetë e njëjte apo e ngjashme me markën, që kërkohej të regjistrohet, dhe që pronari i emrit tregtar të prodhojë apo të sigurojë perkatesisht mallra ose shërbime, të njëjta ose të ngjashme me ato të markës, që kërkohej të regjistrohet;
- b) të drejtën e një personi, emri, mbiemri ose pamja e jashtme e të cilit është e njëjte ose e ngjashme me markën, që kërkohej të regjistrohet;
- c) të drejtat e pronësive industriale, përfshirë emrat e varieteteve të mbrojtura, bimore dhe/ose shtazore dhe të treguesve gjeografike;
- c) të drejtat e autorit të një veprë ose të një pjese të saj, me kusht që ajo të jetë e njëjte ose e ngjashme me markën, që kërkohej të mbrohet.

4. Marka nuk mbrohet, nëse është e njëjte 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. Marke të 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, qe eshte regjistruar me pare, nepermjet nje marreveshjeje nderkombetare, ne te cilen Republika e Shqiperise eshte pale;
- c) aplikimi per nje marke, sipas percaktimit te shkronjave “a” e “b” te kesaj pike, ne varesi te regjistrimit te tyre
- c) marka, e cila, ne daten e aplikimit per regjistrim, ose ne daten e prioritetit, ne rastet kur pretendohet per prioritet, eshte e mirenjohur ne Republiken e Shqiperise, ne kuptim te nenit 6 bis te Konventes se Parisit, te publiku i sektorit perkates, si rezultat i perdorimit, perfaqesimit, publikimit ose reklamimit, ne perputhje me parashikimet e DPPMse dhe te autoriteteve nderkombetare Neni 152

#### Kundershtimi ndaj nje marke

1. Kundershtimi ndaj nje marke te publikuar depozitohet ne DPPM brenda nje periudhe tremujore nga data e publikimit, kundrejt pageses se tarifes perkatese, nga:
  - a) aplikanti i nje marke te meparshme te depozituar ne DPPM, ose nga pronari i nje marke te meparshme, regjistruar ne perputhje me parashikimet e pikave 1 e 2 te nenit 143 te ketij ligji; b) pronari i nje emri tregtar, ne perputhje me percaktimin e shkronjes “a” te pikes 3 te nenit 143 te ketij ligji; c) nje person fizik, ne baze te percaktimit te shkronjes “b” te pikes 3 te nenit 143 te ketij ligji;
  - c) pronari i nje te drejte te meparshme te pronesise industriale, ne baze te percaktimit te shkronjes “c” te pikes 3 te nenit 143 te ketij ligji;
  - d) cdo person, qe ka te drejten e autorit, sipas percaktimit te shkronjes “c” te pikes 3 te nenit 143 te ketij ligji.
2. Periudha per paraqitjen e kundershimit nuk mund te zgjatet pertej periudhes se parashikuar ne piken 1 te ketij neni.
3. DPPMja njofton me shkrim aplikantin e markes, kunder se ciles eshte depozituar kundershimi.
4. Te dhenat per menyren e depozitimit te kundershimit dhe procedura e nevojshme parashikohen ne rregulloren perkatese.

#### Neni 153

##### Shqyrtimi i kundershimit

1. Bordi i apelimit i DPPMse shqyrton nese kundershimi i depozituar eshte ne perputhje me kerkesat e pikes 1 te nenit 152 te ketij ligji. Cdo pale ka te drejte te marre pjese ne proceduren e kundershimit, si dhe te paraqese argumentet e veta, me goje ose me shkrim, brenda nje periudhe kohore, te caktuar nga bordi i apelimit.
2. Gjate shqyrtimit, bordi i apelimit ka te drejte t’u kerkoje paleve te paraqesin materiale dhe dokumente te tjera shtese, brenda nje periudhe, te parashikuar, per kete qellim, ne rregulloren, dale ne zbatim te ketij vendimi.
3. Bordi i apelimit shqyrton kundershimin brenda nje periudhe tremujore nga data e paraqitjes se tij dhe njofton palet per vendimin e marre.
4. Vendimi i bordit te apelimit per kundershimin e paraqitur ne baze te nenit 152 te ketij ligji, mund te apelohe ne gjykate brenda 30 diteve nga data e marrjes se njoftimit te vendimit te bordit.

• Konventa e Parisit “Per mbrojtjen e Pronesise Industriale”, Paris me 20 Mars 1883 (hyre ne fuqi ne Shqiperi me 4 Tetor 1995)

#### ARSYETIMI I GJYKATES PER ZGJIDHJEN E MOSMARREVESHJES

Sa i perket objekti te padise, gjykata veren se nga pala e paditur nuk u paraqit ne cilesine e proves teresia e dokumentacionit qe provon ligjshmerine e aktit administrativ te kundershtuar ne rruge gjyqesore. Sipas nenit 3/3 te ligjit nr. 49 2012 Organi i administrates publike, si rregull, ka detyrimin te provoje

bazueshmerine ne ligj dhe ne fakt te veprimeve te kryera prej tij.

Neni 35 i ligjit nr. 49/2012 ka sanksionuar barren e proves dhe ne te percaktohet se : Organi publik ka detyrimin te provoje ligjshmerine e aktit administrativ, kontrates administrative dhe te veprimit tjeter administrativ, te nxjerre jo me kerkese te paditesit, si dhe faktet qe ai ka parashtruar dhe ka vene ne themel te veprimtarise se kundershuar ne gjykate.

Duke iu referuar aktit administrativ - vendimit te Bordit te Apelimit prane Drejtorise se Pergjithshme te Patentave, nuk rezulton se jemi perpara rastit te paligjshmerise se aktit administrativ sic u pretendua ne gjykim nga ana e pales paditese.

Neni 143 pika 2 germa "b" e Ligjit Nr. 9947 date 07.07.2008 parashikon se cilat kushte ligjore duhet te plotesohen me qellim qe te kemi te bejme me shkelje te te drejtave te meparshme.

Keto kushte jane:

- a) marka qe kundershohet eshte e njejte ose e ngjashme me marken e meparshme;
- b) marka qe kundershohet kerkon mbrojtje per te njejtat mallra ose sherbime, ose per mallra apo sherbime te ngjashme me ato per te cilat eshte mbrojtur marka e meparshme;
- c) ngjashmeria mes markes qe kundershohet dhe markes se meparshme dhe e mallrave per te cilat mbrohen ato eshte e tille qe shkakton konfuzion tek konsumatori ose sjell si pasoje bashkelidhjen mes markave.

Ne interpretim te kesaj dispozite, ngjashmeria e markes se mevonshme me marken e meparshme dhe ngjashmeria e mallrave apo sherbimeve per te cilat mbrohen markat, perben shkak per refuzimin e regjistrimit te markes se mevonshme vetem nese per shkak te kesaj ngjashmerie, ekziston mundesia e shkakimit te konfuzionit te publiku, perfshire edhe mundesine e bashkelidhjes mes markave.

Per kete arsye, ngjashmeria mes markave dhe mes mallrave per te cilat mbrohen ato, duhet te vleresohet e lidhur ngushte me mundesine e shkakimit te konfuzionit ose bashkelidhjes mes markave. Bordi i Apelimit eshte organi qe shqyrton aplikimet e apelimit kunder vendimeve per refuzim te marra nga ekzaminuesit e patentave dhe markave, kundershimit e depozituara nga palet e treta ndaj nje patente, disenjoje, marke ose treguesi gjeografik dhe cdo aplikim tjeter, shqyrtimi i te cili eshte ne kompetencen e bordit te apelimit, sipas ligjit dhe rregulloreve dale ne zbatim te tij.

Ai eshte i perbere nga 3 anetare te DPPI dhe e ben shqyrtimin e kundershimit te markes ne menyre te detajuar qe te mos cenohet ne asnje moment Ligji per Pronesine Industriale, te mos shkaktohet konfuzion tek konsumatori dhe te mos ekzistojne marka me emer te perafert me njera-tjetren dhe me figure te perafert.

Gjykata vlereson se gjate procedures hetimore te zhvilluar prane ketij organi administrativ ne lidhje me ceshtjen e te dyjave markave, Bordi i Apelimit te DPPI, bazuar ne dispozitat e mesiperme ligjore, duhet ta kishte perqendruar diskutimin ne tre ceshtje kryesore:

- ngjashmerine mes markave;
- ngjashmerine mes mallrave per te cilat mbrohen markat ne konflikt;
- ekzistencen e mundesise te shkakimit te konfuzionit tek konsumatori per shkak te ngjashmerive te mesiperme.

Neni 143 pika 2 germa "b" e Ligjit Nr. 9947 date 07.07.2008 parashikon se cilat kushte ligjore duhet te plotesohen me qellim qe te kemi te bejme me shkelje te te drejtave te meparshme,

Keto kushte jane:

- marka qe kundershohet eshte e njejte ose e ngjashme me marken e meparshme;
- marka qe kundershohet kerkon mbrojtje per te njejtat mallra ose sherbime, ose per mallra apo sherbime te ngjashme me ato per te cilat eshte mbrojtur marka e meparshme;
- ngjashmeria mes markes qe kundershohet dhe markes se meparshme dhe e mallrave per te cilat

mbrohen ato eshte e tille qe shkakton konfuzion tek konsumatori ose sjell si pasoje bashkelidhjen mes markave.

Ne interpretim te kesaj dispozite, ngjashmeria e markes se mevonshme me marken e meparshme dhe ngjashmeria e mallrave apo sherbimeve per te cilat mbrohen markat, perben shkak per refuzimin e regjistrimit te markes se mevonshme vetem nese per shkak te kesaj ngjashmerie, ekziston mundesia e shkakimit te konfuzionit te publiku, perfshire edhe mundesine e bashkelidhjes mes markave. Per kete arsye, ngjashmeria mes markave dhe mes mallrave per te cilat mbrohen ato, duhet te vleresohet e lidhur ngushte me mundesine e shkakimit te konfuzionit ose bashkelidhjes mes markave.

Gjate hetimit gjyqesor rezulton se vendimi objekt gjykimi, eshte rezultat i nje procedure administrative te mbajtur prane Bordit te Apelimeve te DPPI.

Kjo procedure provohet se eshte iniciuar nga Apple Inc., ku me 01.04.2016 eshte depozituar nje kundershkrim ndaj markes Tick Different (fjale), qe i perket aplikimit nderkombetar Nr. 1280843 (referuar si "aplikim/marke e kundershkruar").

Provohet ne gjykim nga dokumentat e administruara ne dosje, aplikimi per regjistrimin e markes Tick Different eshte depozituar me 24.12.2015 ne Zyren Nderkombetare te Pronesise Intelektuale (WIPO), eshte aplikuar per tu regjistruar per mallrat e klases 9, dhe eshte kerkuar vlefshmeria e tij (regjistrimi i tij) per shume vende, perfshire dhe Shqiperine.

Kundershtimi paraqitur nga personi i trete eshte bazuar ne regjistrimin nderkombetar te zoteruar nga Apple Nr.1210085 per marken Think Different (fjale) (referuar si "marka e meparshme" apo "marka kundershkruese") e vlefshme ne Shqiperi prej 24.07.2014, ilustrimi i te ciles gjendet me poshte, e regjistruar per mallrat e klases 9.

Kundershtimi eshte depozituar konform procedures te parashikuar nga nenet 152 dhe 153 te ligjit Nr.9947 date 07.07.2008 "Per Pronesine Industriale" (i ndryshuar) (ketej e vazhdim referuar si "ligji specifik" apo ligji per PI ) dhe u bazua ne shkakun ligjor te mundesise per konfuzion qe bashke- ekzistenca e markave ne diskutim shkakton, si dhe ne mundesine e marrjes te perfitimeve te padrejta (nga ana marka e kundershkruar) nga reputacioni apo emri i mire i markes Think Different, apo demtimet qe mund ti behej karakterit dallues apo reputacionit te markes slogan Think Different.

Gjykata vlereson se keto shkaqe ligjore jane te parashikuara nga neni 143 (2) pika b dhe c, ku permbushja qofte e njera prej tyre perben shkak (te pavarur) per pranimin e kundershkrimit.

Mundesia per konfuzion si dhe demtimet eventuale qe mund ti ndodhnin markes me reputacion, rezulton se eshte analizuar para Bordit te Apelimeve permes nje analize te plote gjithepfshirese te ngjashmerise qe markat ndajne duke u bere nje hetim i plote administrativ ne kete kuader.

Ne analizen e tij Bordi i Apelimet ve theksin tek

(i) ngjashmeria e larte ne te tre aspektet, vizuale, fonetike, konceptuale, ne faktin qe (n) mallrat jane kryesisht identike, si dhe ne karakterin i theksuar dallues te markes Think Different dhe fama e saj ekstremisht e larte.

Bordi i Apelimeve te DPPI pasi ka shqyrtuar rastin ne diskutim ka konkluduar ne perputhje me ligjin se bashke-ekzistenca e markave ne diskutim shkakton mundesi reale per konfuzion.

Nga Bordi i Apelimet eshte certifikuar statusin i markes Think Different si marke me te drejta te meparshme, sipas kuptimit te nenit 143 paragrafi 5 (a) te ligjit specifik, pasi eshte provuar se marka slogan Think Different figuron e vlefshme ne Shqiperi prej 24.07.2014 kurse marka e kundershkruar 17muaj me vone, vetem me 24.12.2015. Kete fakt nuk e kundershkon as vete paditesi.

Bordi i Apelimet pasi ka certifikuar statusin e markes e meparshme (marke e regjistruar me pare) ka evidentuar ngjashmerite e shumta qe markat ndajne.

Disa nga ngjashmerite qe Bordi ka vleresuar drejt rezulton se jane:

(i) mallrat kryesisht identike/te ngjashme,  
(ii) markat shume te ngjashme ne te treja aspektet, vizual, fonetik, konceptual etj. Per rrjedhoje, ne vendimin e tij Nr,22/3 date 01.06.2017, Bordi i Apelimit pranon kundershhtimin tone ndaj markes Tick Different te paditesit, me arsyetimin se bashkekzistenca e Think Different vs. Tick Different shkakton mundesi reale per Konfuzion.

Bordi nuk ka marre ne shqyrtim pa shqyrtuar llojet e demeve qe mund ti shkaktohen markes me reputacion [neni 143 (2) pika c) e ligjitpasi dispozita qe flet per markat e mirenjohura eshte shume me komplekse dhe impenjative, ku kerkohet shqyrtimi dhe permbushja e shume faktoreve njekohesisht. Dhe ky element perben nje shkak te pavaruar (per pranimin e kundershhtimit) nga mundesia per konfuzion, dhe meqenese Bordi ka vlersuar se mundesia per konfuzion (shkaku tjeter ligjor i parashikuar nga pika b e dispozites se lartpermendur) eshte prezent, nuk ka vazhduar me tej me shqyrtimin e shkakut tjeter ligjor (te permendur me pare), per shkak dhe te kompleksiteti te tij.

Paditesi me padine depozituar ne kete gjykim ka kundershhtuar vendimin e Bordit te Apelimeve me pretendimin se markat ne diskutim nuk shkaktojne mundesi per konfuzion. Sipas tij mallrat nuk jane identike dhe markat (shenjat) jane te ndryshme nga pikepamja konceptuale, fonetike vizuale.

Gjykata cmon se Bordi i Apelimeve te DPPI pranoi kundeshhtimin e bere ndaj markes se paditesit Tick Different pasi e gjeti ate te ngjashme me marken e personit te trete Think Different.

Gjykata vlereson se Bordi me te drejte e ne perputhje me ligjin ka vlersuar:

(i) markat shume te ngjashme nga aspekti vizual, fonetik dhe konceptual,  
(ii) mallrat kryesisht identike, pjesa tjeter e ngjashme etj. Per rrjedhoje u konkludua se bashkekzistenca e markave ne diskutim shkakton mundesi reale per konfuzion e per pasoje, dhe ne vendimin Nr.22/3 prot, date 01.06.2017, Bordi i Apelimeve pranoi kundershhtimin tone.

Por paditesi pretendon se markat nuk jane aspak te ngjashme, po ashtu dhe mallrat qe markat mbulojne jane te ndryshme, dhe per kete perpiqet te sjell disa "diferenca" te cilat nuk jane aspak te lidhura me rastin.

Gjykata vlereson se mundesia per konfuzion, gjendet thelbesisht tek keta elemente krahasimore: i.

Krahasimi i shenjave - Vizulisht, Fonetikish, Konceptualisht pothuajse IDENTIKE!

Shenjat/markat duhet te krahasohen duke bere nje vleresim te gjithanshem te ngjashmerive vizuale, fonetike, konceptuale te tyre. Krahasimi duhet te bazohet ne pershtypjen e pergjithshme qe markat percjellin, duke mbajtuar parasysh komponentet dallues dhe dominant te tyre. Gjithashtu, praktika ka sanksionuar se nese ka ngjashmeri ne nje nga tre aspektet - vizuale, fonetike, konceptuale, atehere markat/shenjat do te konsiderohet te ngjashme (shiko per kete effect 02/12/2009, T - 434/07, Solvo, EU:T:2009:480). Po ashtu, markat/shenjat do te konsiderohet te ngjashme kur konsumatori i percepton ato pjeserisht identike ne nje prej tre aspekteve (shiko per kete efekt 23/10/2002, T6/01 "Matratzen", para.30 (C-03/03P); gjykimin te 12/11/2008, T-281/07 "BLUE" para. 26).

Aspekti vizual: Paraprakisht, do te donim te theksonim se markat ne konflikt jane marka fjale.

Marka e meparshme eshte regjistruar si marke fjale kurse marka e kundershhtuar pavaresisht se eshte disi e stilizuar ky stilizim nuk ka asnje element grafik specifik.

Per rrjedhoje gjykata vlereson se me te drejte e ne perputhje me parashikimet ligjore Bordi i Apelimit permes vendimit nr 22/3, date 01.06.2017 ka arritur ne perfundimit se markat jane marka fjale dhe si te tilla nuk ka vlere te diskutohet nese markat jane shkruar me germa kapitale apo jo.

Ky eshte nje standart i aplikuar nga EUIPO, tashme i pranuar dhe nga DPPI ne shume gjykime te mbajtuara prane Bordit te Apelimeve.

Ne perfundim te shqyrtimit gjyqesor te ceshtjes, duke marre parasysh shkallen e larte te ngjashmerive vizuale, fonetike, konceptuale, mallrat kryesisht identike, dhe te ngjashme, karakterin dallues te sloganit

Think Different, lehtesisht konstatohet - sic dhe me te drejte eshte konstatuar dhe nga Bordi i Apelimeve, se mundesia per konfuzion eshte me shume se evidente dhe se vendimi nr 22/3, date 01.06.2017 eshte marre ne perputhje me ligjin e si i tille duhet te lihet ne fuqi.

Per sa me lart, mbi bazen e provave te administruara ne gjykim dhe analizes se mesiperme ligjore, gjykata vleresons e duhet te rrezoje padine si te pabazuar ne ligj e ne prova.

### **Per keto arsye**

**Baza Ligjore:**

#### **PER KETO ARSYE**

**Gjykata, bazuar ne nenet 40, 41, 42 te ligjit nr. 49/2012 date 03.05.2012 "Per organizimin dhe funksionimin e gjykatave administrative dhe gjykimin e mosmarreshjeve administrative", nenet 306-310 te K.Pr.Civile,**

### **VENDOSI:**

Vendosi:

- ~~€€€€€€€€~~ Rrezimin e padise si te pabazuar ne ligj dhe ne prova.
- ~~€€€€€€€€~~ Shpenzimet gjyqesore sic jane bere.
- ~~€€€€€€€€~~ Kunder ketij vendimi lejohet ankim brenda 15 diteve nga dita e neserme e komunikimit te vendimit te arsyetuar.

U shpall ne Tirane me date 23.01.2018

### **SHPENZIMET GJYQESORE**

<b>Kerkesepadia</b>	0
<b>Taksa Gjyqesore</b>	0
<b>Noterizime</b>	0
<b>Njoftime</b>	0
<b>Akt ekspertimi</b>	0
<b>Avokat</b>	0
<b>Gjithsej</b>	0

### **GJYQTAR:**

{...}